KARTA PRZEDMIOTU E

1. Informacje ogólne

Nazwa przedmiotu i kod (wg planu studiów):	**Praktyki zawodowe E**
Nazwa przedmiotu (j. ang.):	Work Experience
Kierunek studiów:	Międzynarodowa komunikacja językowa
Specjalność/specjalizacja:	Wszystkie specjalności
Poziom kształcenia:	studia I stopnia
Profil kształcenia:	praktyczny
Forma studiów:	stacjonarne
Obszar kształcenia:	nauki humanistyczne i społeczne
Dziedzina:	nauki humanistyczne i społeczne
Dyscyplina nauki:	
Koordynator przedmiotu:	Dr Beata Ujda-Dyńka, dr Joanna Kułakowska, dr Łukasz Szmyd

2. Ogólna charakterystyka przedmiotu

Przynależność do modułu:	Moduł specjalnościowy
Status przedmiotu:	Obowiązkowy
Język wykładowy:	
Rok studiów, semestr:	II, 3, 4, III,5,6
Forma i wymiar zajęć według planu studiów:	Sem. 3. - 2 tyg, sem. 4. - 5 tyg., sem 5. - 2 tyg, sem 6. - 6 tyg
W przypadku studiów międzyobszarowych stosunek procentowy tych obszarów	Nauki humanistyczne 50%, nauki społeczne 50%
Interesariusze i instytucje partnerskie (nieobowiązkowe)	Instytucje i firmy partnerskie z rejonu Krosno i regionu oraz wybrane inne instytucje i firmy
Wymagania wstępne / Przedmioty wprowadzające:	Brak

3. Bilans punktów ECTS

Całkowita liczba punktów ECTS*):*	30 (15 tygodni x 40 godz=600 godz.) (A + B)	
A. Liczba godzin wymagających bezpośredniego udziału nauczyciela z podziałem na typy zajęć oraz całkowita liczba punktów ECTS osiąganych na tych zajęciach	Praca z pracodawcą Praca z opiekunem praktyk Zaliczenie **W sumie:**	3 3 2 **8**
B. Poszczególne typy zadań do samokształcenia studenta (niewymagających bezpośredniego udziału nauczyciela) wraz z planowaną średnią liczbą godzin na każde i sumaryczną liczbą ECTS:	Samodzielna praktyka studenta **w sumie:** ECTS	600 **600** 30
C. Liczba godzin praktycznych/laboratoryjnych w ramach przedmiotu oraz związana z tym liczba punktów ECTS*)*:	600 godz. 30 ECTS	
D. W przypadku studiów międzyobszarowych procent punktów ECTS przyporządkowanych obu obszarom (zgodnie z p. 2)	Nauki humanistyczne 15 ECTS, nauki społeczne 15 ECTS	

4. Opis przedmiotu

Cel przedmiotu:

Praktyka zawodowa ma zbliżone, choć nieco odmienne cele zależnie od wybranej specjalności.
Celem praktyki na specjalności komunikacja w biznesie z tłumaczeniem jest zdobycie praktycznych umiejętności w wykonywaniu pracy w podmiotach gospodarczych posiadających międzynarodowe kontakty handlowe – małych i średnich przedsiębiorstwach, spółkach prawa handlowego, zakładach produkcyjnych i usługowych, biurach podróży, firmach zagranicznych oraz instytucjach związanych z handlem zagranicznym, ale także instytucjach administracji samorządu terytorialnego, biurach tłumaczeń, ze szczególnym uwzględnieniem zagadnień komunikacji interpersonalnej, pracy w zespole, przede wszystkim zaś komunikacji językowej, niezbędnej w kontaktach z kontrahentami, także zagranicznymi.
Celem praktyki na specjalności komunikacja medialna jest praktyczne poznanie pracy w różnych typach mediów, w tym także mediów internetowych, a także funkcjonowania w różnych instytucjach działów public relations oraz zadań rzecznika prasowego, jak również poznanie pracy instytucji wydawniczych, zajmujących się opracowaniem publikacji, ze szczególnym uwzględnieniem praktyki dotyczącej zagadnień komunikacji interpersonalnej czy pracy w zespole.
Celem praktyki na specjalności komunikacja w turystyce jest praktyczne poznanie pracy w urzędach, firmach i instytucjach, oraz biurach podróży i obiektach hotelarskich, przede wszystkim zaś zapoznanie się z podstawowymi zadaniami, organizacją pracy i funkcjonowaniem przedsiębiorstw branży turystycznej, ze szczególnym uwzględnieniem zagadnień komunikacji interpersonalnej, pracy w zespole, przede wszystkim zaś międzynarodowej komunikacji językowej, niezbędnej w kontaktach z turystami i kontrahentami zagra-

nicznymi.

Metody dydaktyczne: kontrola praktyk, samodzielna praktyka studenta

Treści kształcenia:

1. W trakcie praktyki na specjalności komunikacja w biznesie z tłumaczeniem, w pierwszej fazie studenci poznają specyfikę funkcjonowania firm i przedsiębiorstw, zajmują się zadaniami, w których mogą wykorzystać znajomość języka, takimi jak prowadzenie rozmów telefonicznych, pozyskiwanie informacji z prasy, Internetu i innych mediów, formułowanie pism i ofert. W trakcie praktyki w agencjach typu public relations, zależnie od swoich możliwości i kompetencji, lub na polecenie opiekuna, w języku polskim lub obcym, student przygotowuje materiały reklamowe dotyczące konkretnych produktów uwzględniając oczekiwania klientów polskich i zagranicznych. W obu przypadkach zwraca szczególną uwagę na kulturę języka, dobór właściwych ilustracji i elementów graficznych. W dalszej części praktyki studenci wykorzystują umiejętności zdobyte w ramach ćwiczeń tłumaczeniowych tłumacząc pisemnie i ustnie.
2. W trakcie praktyki na specjalności komunikacja medialna studenci zapoznają się z zasadami organizacji pracy biurowej oraz funkcjonowania urzędów, sekretariatów, działów zajmujących się promocją, metod organizacji pracy w działach marketingu, handlu, wymagającej otwartości, zdolności interpersonalnych itp . W działach promocji poznaje cele i formy promocji, włącza się czynnie do przygotowania materiałów reklamowych, uczestniczy w przygotowaniu imprez, pisze zaproszenia oraz informacje do mediów. Zapoznaje się z redagowaniem strony internetowej urzędu lub firmy. W ramach praktyki w lokalnych mediach, studenci poznają warsztat dziennikarski, organizacji pracy redakcji, funkcjonowania terenowego oddziału mediów regionalnych, zadań służb public relations lub rzecznika prasowego. W ramach praktyki w wydawnictwach student poznaje cykl wydawniczy publikacji okolicznościowych, czasopism i książek, zapoznaje się z charakterem wydawnictwa – organizacją pracy i przepisami dotyczącymi pracowników, równocześnie poznaje zagadnienia techniczne związane ze składem i drukiem.
3. W trakcie praktyki na specjalności komunikacja w turystyce studenci zapoznają się z zasadami organizacji pracy biurowej oraz funkcjonowania urzędów, sekretariatów, działów zajmujących się promocją, metod organizacji pracy w działach marketingu, handlu, wymagającej otwartości, zdolności interpersonalnych itp. W działach promocji poznaje cele i formy promocji, włącza się czynnie do przygotowania materiałów reklamowych, uczestniczy w przygotowaniu imprez, pisze zaproszenia oraz informacje do mediów. Zapoznaje się z redagowaniem strony internetowej urzędu lub firmy. W trakcie praktyki w biurze podróży student odbywający praktykę włącza się czynnie do codziennych zdań wybranej jednostki. Zapoznaje się ze specyfiką działań tej instytucji, poznaje system pracy, warunki techniczne, sposoby kontaktowania się z niezbędnymi działami, zwierzchnikami itp. Poznaje przepisy dotyczące pracy biur podróży, zasady współpracy i rozliczeń z przewoźnikami, hotelarzami, innymi biurami, zasady współpracy agencyjnej. Poznaje tajniki kształtowanie wizerunku firmy oraz działań marketingowych prowadzonych w biurze. Z kolei w trakcie praktyki w obiektach hotelarskich student zapoznaje się z charakterem i specyfiką pracy na podstawowych stanowiskach występujących w branży hotelarskiej.

5. Efekty kształcenia i sposoby weryfikacji

Efekty kształcenia		
Efekt przedmiotu	**Student, który zaliczył przedmiot (spełnił minimum wymagań)**	**Efekt kierunkowy**
E K_W01 E K_W02	**Wiedza:** • ma uporządkowaną podstawową wiedzę z zakresu komunikacji językowej, społecznej, interpersonalnej i międzykulturowej zorientowaną na zastosowania praktyczne, ze szczególnym uwzględnieniem podstawowej wiedzy o języku i kompetencji komunikacyjnej oraz nowych technologii informacyjnych, a także komunikacji wizualnej i nowych mediów	K_W01 K_W02

E K_W03 E K_W04 E K_W05 E K_W06 E K_W07 E K_W08 E K_W09 E K_W10	• ma uporządkowaną podstawową wiedzę, obejmującą takie dyscypliny nauki jak językoznawstwo, kulturoznawstwo, nauka o poznaniu i komunikacji społecznej, a także w zależności od studiowanej specjalności, wiedzę w zakresie prowadzenia działalności gospodarczej i funkcjonowania gospodarki rynkowej, turystyki, czy mediów • posiada podstawową znajomość terminologii konieczną do rozumienia tekstów z dziedziny nauk humanistycznych i nauk społecznych, ze szczególnym uwzględnieniem tekstów typowych dla studiowanej specjalności • ma podstawową wiedzę na temat tradycyjnych i nowych form i gatunków medialnych oraz tekstów kultury, jak i dynamiki dyskursu publicznego wynikającej z wzajemnych powiązań tekstów i kontekstów kultury, zwłaszcza na temat roli kontekstu społeczno-kulturowo-gospodarczego w tekstach i wypowiedziach • ma wiedzę podstawową o człowieku, jego poczuciu tożsamości, sposobach komunikacji interpersonalnej i funkcjonowaniu człowieka w strukturze społecznej • ma podstawową wiedzę o kulturowych, prawnych i ekonomicznych uwarunkowaniach funkcjonowania wybranych instytucji politycznych, administracyjnych, kulturalnych, społecznych bądź gospodarczych Polski oraz krajów dwóch wybranych obszarów kultury i języka, odpowiednich dla studiowanej specjalności • ma podstawową wiedzę o metodyce wykonywania zadań, normach, procedurach i dobrych praktykach stosowanych w wybranych instytucjach kultury, instytucjach społecznych, bądź organizacjach gospodarczych działających w Polsce i w krajach dwóch wybranych obszarów języka i kultury, odpowiednich dla studiowanej specjalności • ma podstawową wiedzę na temat odbiorców kultury, ich stylów poznawczych i stylów komunikowania się, działań mediów i instytucji w zakresie diagnozy potrzeb i oddziaływania na odbiorców kultury, w tym sposobów pozyskiwania danych na temat instytucji społecznych, kulturalnych, bądź gospodarczych • ma podstawową wiedzę o bezpieczeństwie i higienie pracy • zna i rozumie podstawowe pojęcia i zasady prawa ochrony własności intelektualnej i prawa autorskiego	K_W03 K_W04 K_W05 K_W06 K_W07 K_W08 K_W09 K_W10
	Umiejętności	
E K_U01 E K_U02 E K_U03 E K_U04 E K_U05	• Potrafi syntetyzować informację, tworzyć spójną argumentację z wykorzystaniem różnych źródeł informacji, biorąc pod uwagę różne punkty widzenia i wykazując niezależność, krytyczność myślenia i oceny • potrafi samodzielnie zinterpretować i przedstawić pozyskane informacje przy użyciu odpowiednich metod i nowoczesnych technologii, zwłaszcza środowiska programów graficznych, a także wykorzystać podstawową wiedzę o instytucjach społecznych, kulturalnych czy gospodarczych, z uwzględnieniem wiedzy i umiejętności zdobytych podczas praktyki zawodowej, do opisu i analizy jednostkowych procesów i zjawisk • potrafi samodzielnie zaplanować w czasie i przeprowadzić typowy projekt związany ze studiowaną specjalnością, rozwiązujący problem czy realizujący zadanie w zgodności z dobrymi praktykami przyjętymi w danej dyscyplinie, a następnie przedstawić syntetycznie jego wyniki w formie sprawozdania, używając odpowiedniego stylu i rejestru oraz sposobu odniesienia się do źródeł	K_U01 K_U02 K_U03 K_U04 K_U05

E K_U06 E K_U07 E K_U08 E K_U09 E K_U10 E K_U11 E K_U12	• posiada podstawowe umiejętności organizacyjne, w szczególności potrafi właściwie, skutecznie zaplanować i zorganizować swoje działanie komunikacyjne, w odniesieniu do istniejących instytucji kulturalnych, społecznych bądź gospodarczych w Polsce i w wybranych dwóch innych obszarach języka i kultury, wykorzystując podstawowe umiejętności kierowania zespołem oraz znajomość zasad komunikacji interpersonalnej • potrafi sporządzić proste narzędzie badawcze umożliwiające diagnozę potrzeb odbiorców kultury, mediów, instytucji gospodarczych bądź społecznych, w zależności od studiowanej specjalności, w tym także poddać analizie materiał językowy w języku polskim oraz obcym • posiada umiejętność wykorzystania wiedzy kulturowej i wiedzy o zjawiskach społecznych do refleksji nad jakością pracy instytucji kultury i mediów, w tym wykorzystania wiedzy językowej do refleksji nad jakością czy doborem tekstów dostępnych w przestrzeni publicznej, w szczególności w instytucjach społecznych, kulturalnych bądź gospodarczych • potrafi w podstawowym zakresie stosować przepisy prawa odnoszące się do pracy instytucji kulturalnych, społecznych, bądź gospodarczych • potrafi ocenić przydatność różnorodnych metod, procedur, dobrych praktyk do realizacji zadań i rozwiązywania problemów w organizacjach bądź instytucjach działających w Polsce i w krajach dwóch wybranych obszarów języka i kultury • potrafi porozumiewać się w języku polskim i pierwszym języku obcym w szerokim zakresie tematów oraz sytuacji komunikacyjnych, jak też uczestniczyć w dyskusji na znane sobie tematy wykorzystując merytoryczne argumentowanie, zaś w drugim języku obcy w podstawowym zakresie • potrafi porozumiewać się w języku polskim oraz pierwszym i drugim języku obcym z wykorzystaniem komunikacji elektronicznej lub innych kanałów komunikacyjnych z osobami dysponującymi potrzebnymi informacjami, zwłaszcza ze specjalistami w zakresie dyscyplin podstawowych dla studiowanej specjalności, w celu uzyskania takich informacji • posiada umiejętność przygotowywania typowych prac pisemnych w języku polskim oraz pierwszym i drugim języku obcym, a także tłumaczenia pisemnego prostych tekstów, zaś w pierwszym języku obcym umiejętność pisania w różnych stylach, z uwzględnieniem zagadnień szczegółowych oraz stylu akademickiego w zakresie studiowanej specjalności, dokonania pisemnego streszczenia oraz redakcji i krytycznej oceny tekstu • posiada umiejętność przygotowywania wystąpień ustnych w języku polskim oraz pierwszym i drugim języku obcym, a także dokonania tłumaczenia ustnego krótkich wystąpień o tematyce ogólnej, zaś w pierwszym języku obcym posiada umiejętność analizy wybranego problemu szczegółowego z zakresu studiowanej specjalności i dokonania streszczenia lub syntezy informacji pochodzących z wielu źródeł	K_U06 K_U07 K_U08 K_U09 K_U10 K_U11 K_U12
E K_K02	**Kompetencje społeczne** • potrafi pracować w grupie, także wielokulturowej, dla osiągania wspólnych celów, wykazując inicjatywę, elastyczność, dobrą organizację pracy, umie uczestniczyć w przygotowaniu projektów społecznych i czynnie włączać się w życie organizacji, rozumie dynamikę i twórczy charakter komunikacji językowej i jej społeczną	K_K02

E K_K03 E K_K04 E K_K05 E K_K07	funkcję oraz rolę estetyki komunikatu werbalnego oraz kulturowych standardów grzeczności w utrzymaniu relacji społecznych • odpowiedzialnie przygotowuje się do swojej pracy, określając jej priorytety i dbając o profesjonalizm. a jednocześnie mając świadomość potrzeby kreatywnego podejścia do zadań, potrafi stworzyć atmosferę motywującą do pracy i skutecznie doprowadzić do wykonania zadań, wykazując umiejętności interpersonalne • potrafi analizować, syntetyzować poszukiwać rozwiązań w sytuacjach problemowych, identyfikować i rozstrzygać dylematy związane z wykonywanym zawodem, krytycznie i obiektywnie ocenić efekty pracy własnej i innych, rozumie wagę profesjonalnego stosunku do zawodu, postawy etycznej i przestrzegania etyki zawodowej, w tym szanowania cudzej własności intelektualnej • jest odpowiedzialny za słowo i dba o zachowanie własnej tożsamości językowej i kulturowej, rozumie wpływ kultury na kształt języka oraz jest świadomy roli elementów kultury w procesie pracy z językiem • potrafi myśleć w sposób przedsiębiorczy	K_K03 K_K04 K_K05 K_K07

Sposoby weryfikacji efektów kształcenia:

Lp.	**Efekt przedmiotu**	**Sposób weryfikacji**	**Waga w ocenie końcowej**
1	D31 K_W01 D31 K_W02 D31 K_W03 D31 K_W04 D31 K_W05 D31 K_W06 D31 K_W07 D31 K_W08 D31 K_W09 D31 K_W10	poziom merytoryczny wypełnionego dzienniczka praktyk sprawozdanie z praktyk, hospitacja praktyk	20% 20%
2	D31 K_U01 D31 K_U02 D31 K_U03 D31 K_U04 D31 K_U05 D31 K_U06 D31 K_U08 D31 K_U09 D31 K_U10 D31 K_U11 D31 K_U12	opinia pracodawcy opinia opiekuna praktyk	60%

	D31 K_K02 D31 K_K03 D31 K_K04 D31 K_K05 D31 K_K07		

Kryteria oceny końcowej

Według regulaminu praktyk

7. Regulamin praktyk zawodowych dla kierunku *Międzynarodowa komunikacja językowa*

1. Dokumentem nadrzędnym i podstawowym dla regulaminu praktyk na kierunku Międzynarodowa komunikacja językowa jest Uczelniany Regulamin Praktyk,

2. Praktyki na kierunku międzynarodowa komunikacja językowa trwają 15 tygodni i odbywają się zgodnie z planem studiów, programem praktyk i instrukcjami przygotowanymi do poszczególnych typów praktyk.

3. Praktyki odbywają się w instytucjach i zakładach pracy wyznaczonych przez Kierownika Praktyk, odpowiednio do studiowanej specjalności.

4. Studenci mogą samodzielnie wybrać miejsce praktyk (np. instytucję w miejscu zamieszkania), w każdym jednak takim przypadku miejsce praktyk musi zostać zaakceptowane przez Kierownika Praktyk działającego z ramienia Uczelni.

5. Z instytucją lub zakładem pracy, w którym studenci odbywają praktyki. Uczelnia zawiera stosowną umowę, która przewiduje wyznaczenie przez instytucję lub zakład pracy osoby nadzorującej przebieg praktyki. Kierownik Praktyk przedkłada do Działu Studiów listę instytucji przyjmujących studentów na praktykę oraz przygotowuje stosowne dokumenty.

6. Wynagrodzenie dla osoby nadzorującej przebieg praktyki z ramienia instytucji lub zakładu pracy wypłacane jest na podstawie stosownej umowy i wg stawek ustalonych przez władze Uczelni.

7. Studenci mają obowiązek realizować program praktyk, dbać o właściwą postawę, kulturę osobistą, stosować się do przepisów BHP.

8. Praktyka jest nadzorowana przez cały czas jej trwania przez opiekuna praktyk z ramienia uczelni, wyznaczonego przez Kierownika Praktyk, który monitoruje prace studentów oraz sprawdza ich zaangażowanie w przebieg praktyki.

9. Zaliczenia praktyk, na podstawie dokumentów praktyki: dzienniczka praktyk wypełnianego przez studenta oraz opinii z praktyk dokonuje opiekun praktyki. Stosuje się standardową skalę ocen. Zaliczenie dokonywane jest po semestrze, w którym, zgodnie z planem studiów, dana praktyka ma zostać zrealizowana

10. W szczególnym, uzasadnionym przypadku student może wnioskować o zmianę programu praktyk, przyspieszyć bądź przesunąć termin realizacji praktyk, w każdym przypadku zmiana taka musi być wcześniej uzgodniona z Kierownikiem Praktyk i zaakceptowana przez Dyrektora Instytutu.

11. Studenci, którzy posiadają doświadczenie zawodowe związane z kierunkiem studiów , mogą być częściowo zwolnieni z praktyki zawodowej, mogą także wnioskować o odpowiednią zmianę programu praktyk . W każdym takim przypadku decyzję podejmuje Dyrektor Instytutu po uzyskaniu opinii Kierownika Praktyk.

12. Studenci mogą odbyć część praktyk, pracując na rzecz uczelni, np. adiustując teksty przygotowywane do publikacji przez wydawnictwo uczelniane, opracowując materiały promocyjne, pomagając przy tworzeniu strony internetowej. Decyzję o takim rozłożeniu praktyki podejmuje opiekun praktyki w porozumieniu z Dyrektorem Instytutu.

13. Instancją rozstrzygającą kwestie sporne w zakresie odbywania praktyki jest Dyrektor Instytutu, a dokumentem nadrzędnym Uczelniany Regulamin Praktyk

Specjalność: Komunikacja w biznesie z tłumaczeniem

Studenci specjalności komunikacja w biznesie z tłumaczeniem odbywają w trakcie studiów praktykę zawodową w wymiarze łącznie 15 tygodni zgodnie z planem studiów. Celem praktyki jest zdobycie praktycznych umiejętności w wykonywaniu pracy w podmiotach gospodarczych posiadających międzynarodowe kontakty handlowe – małych i średnich przedsiębiorstwach, spółkach prawa handlowego, zakładach produkcyjnych i usługowych, biurach podróży, firmach zagranicznych oraz instytucjach związanych z handlem zagranicznym, ale także instytucjach administracji samorządu terytorialnego, biurach tłumaczeń, ze szczególnym uwzględnieniem zagadnień komunikacji interpersonalnej, pracy w zespole, przede wszystkim zaś komunikacji językowej, niezbędnej w kontaktach z kontrahentami, także zagranicznymi.

W pierwszej fazie studenci poznają specyfikę funkcjonowania firm i przedsiębiorstw, zajmują się zadaniami, w których mogą wykorzystać znajomość języka, takimi jak prowadzenie rozmów telefonicznych, pozyskiwanie informacji z prasy, Internetu i innych mediów, formułowanie pism i ofert. W dalszej części praktyki studenci wykorzystują umiejętności zdobyte w ramach ćwiczeń tłumaczeniowych tłumacząc pisemnie i ustnie.

1. Praktyka w urzędach, firmach i instytucjach (4 tygodnie)

Celem praktyki jest zapoznanie studentów z funkcjonowaniem urzędów, firm i instytucji oraz z zasadami organizacji pracy biurowej wymagającej otwartości i zdolności interpersonalnych itp. Studenci zapoznają się z zasadami obiegu dokumentów, podstawami archiwizowania, przygotowaniem korespondencji, organizacją przepływu informacji i pracą w ramach wewnętrznej sieci komputerowej. Zaznajamiają się z podstawowymi dokumentami, ćwiczą umiejętność przygotowania pism w edytorze tekstów, znajomość arkusza kalkulacyjnego, gromadzenia i przetwarzania informacji. Zapoznają się z podstawami prawa pracy, regulaminem obowiązującym pracowników, sposobami kształtowania właściwych relacji międzyludzkich (współpraca w ramach urzędu, kontakty z petentami).

Ponadto studenci na praktyce poznają: główne obszary funkcjonowania przedsiębiorstwa/instytucji, rodzaje struktur organizacyjnych przedsiębiorstw/instytucji, podstawowe procesy biznesowe realizowane przez przedsiębiorstwa i inne instytucje, założenia systemów motywacyjnych przedsiębiorstw i innych instytucji, stosowane narzędzia informacyjne.

2. Praktyka w agencjach *public relations*, agencjach reklamowych, biurach do spraw promocji, itp. w których istnieje konieczność kreowania wizerunku firmy oraz komunikacji z otoczeniem społecznym, w tym wykorzystując znajomość języka (6 tygodni)

Praktyka realizowana jest w organizacjach życia gospodarczego i społecznego (firmy, podmioty samorządu lokalnego, instytucje rządowe, organizacje non profit itp.), których odpowiednie działy (np. dział public relations, dział komunikacji społecznej, dział promocji itp.) zajmują się m.in. kreowaniem wizerunku, komunikacją z otoczeniem organizacji, kształtowaniem komunikacji wewnętrznej. Celem praktyki jest zdobycie umiejętności praktycznego zastosowania posiadanych wiadomości teoretycznych dotyczących organizacji i zarządzania obszarem komunikacji w przedsiębiorstwie, a także poznanie własnych możliwości twórczych oraz wartości cenionych i poszukiwanych na rynku pracy związanych z dyscypliną pracy, odpowiedzialnością, kształtowaniem relacji interpersonalnych czy zachowań organizacyjnych.

Student odbywający praktykę włącza się czynnie do codziennych zadań wybranej jednostki. Zapoznaje się ze strukturą organizacyjną przedsiębiorstwa ze szczególnym uwzględnieniem komórek odpowiedzialnych za marketing, promocję i wizerunek firmy. Poznaje przepisy dotyczące pracy, zasady współpracy i powiązania przedsiębiorstwa z otoczeniem – grupy interesariuszy zewnętrznych. Poznaje narzędzia komunikacji marketingowej wykorzystywane przez przedsiębiorstwo, marketing-mix i jego instrumenty w praktyce przedsiębiorstwa, public relations i kształtowanie wizerunku w działalności przedsiębiorstwa, realizacja kampanii marketingowej i budowanie media planu z wykorzystaniem różnych form przekazu (prasa, radio, reklama wizualna itp.). Ponadto poznaje kulturę korporacyjną i identyfikację wizualną przedsiębiorstwa, koncepcję społecznej odpowiedzialności biznesu w praktyce, a także innowacje w komunikacji przedsiębiorstwa.

Zależnie od swoich możliwości i kompetencji, lub na polecenie opiekuna, w języku polskim lub obcym, przygotowuje materiały reklamowe dotyczące konkretnych produktów, uwzględniając oczekiwania klientów polskich i zagranicznych. W obu przypadkach zwraca szczególną uwagę na kulturę języka, dobór właściwych ilustracji i elementów graficznych.

Stosownie do systemu pracy instytucji, student włącza się do niektórych zadań: odbiera telefony, pisze pisma, pomaga w codziennych przeglądach korespondencji i informacji związanych z działalnością agencji. Uczestniczy w kampaniach reklamowych czy konferencjach prasowych. Pod kontrolą opiekuna praktyki przygotowuje krótkie informacje, zarówno w języku polskim jak i obcym, dla klientów lub do środków masowego przekazu.

3. Praktyka w biurach tłumaczeń (5 tygodni)

Praktyka odbywa się w biurach tłumaczeń świadczących zarówno usługi tłumaczeń pisemnych, jak i tłumaczenia ustne.

Celem praktyki jest zapoznanie się z funkcjonowaniem profesjonalnego biura tłumaczeń, rozwiązywanie zadań przekładowych osadzonych w realiach rzeczywistej praktyki rynkowej oraz tłumaczenie tekstów reprezentujących różne gatunki/rodzaje tekstów.

Cele szczegółowe to doskonalenie kompetencji translatorskich w zakresie tłumaczenia ustnego i pisemnego, doskonalenie umiejętności interpersonalnych, pogłębienie znajomości słownictwa fachowego/branżowego, kontakt z kulturą obcojęzyczną, wdrożenie w środowisko pracy i nawiązanie kontaktów na rynku pracy.

Podczas praktyki student zapoznaje się z charakterem i specyfiką pracy na stanowiskach występujących w biurze tłumaczeń. Zapoznaje się z zakresem obowiązków i techniką pracy tłumaczy oraz menedżera projektów tłumaczeniowych, organizacją ich pracy (regulaminy), obsługą urządzeń teleinformatycznych i stosowanego oprogramowania (np. CAT, OCR, CRM).

W ramach praktyk student poznaje:

- specyfikę funkcjonowania biura (proces przyjmowania zleceń, współpraca z innymi tłumaczami, reklama, kontakt z klientem itp.),

- rodzaj prowadzonej dokumentacji związanej z działalnością tłumaczeniową,

- oprzyrządowanie techniczne tłumacza w danym biurze,

- księgozbiory podręczne tłumaczy,

- zasoby komputerowego wspomagania pracy tłumacza,

- preferowane strategie i techniki dokonywania tłumaczeń w danym biurze.

Specjalność: Komunikacja medialna

Studenci specjalności komunikacja w mediach odbywają w trakcie studiów praktykę zawodową w wymiarze łącznie 15 tygodni zgodnie z planem studiów. Celem jest praktyczne poznanie pracy w różnych typach mediów, w tym także mediów internetowych, a także funkcjonowania w różnych instytucjach działów public relations oraz zadań rzecznika prasowego, jak również poznanie pracy instytucji wydawniczych, zajmujących się opracowaniem publikacji, ze szczególnym uwzględnieniem praktyki dotyczącej zagadnień komunikacji interpersonalnej czy pracy w zespole.

1. **Praktyka w urzędach, firmach i instytucjach (4 tygodnie)**

Celem praktyki jest zapoznanie studentów z zasadami organizacji pracy biurowej oraz funkcjonowania urzędów, sekretariatów, działów zajmujących się promocją, metod organizacji pracy w działach marketingu, handlu, wymagającej otwartości, zdolności interpersonalnych itp. Studenci zapoznają się z zasadami obiegu dokumentów, podstawami archiwizowania, przygotowaniem korespondencji, organizacją przepływu informacji i pracą w ramach wewnętrznej sieci komputerowej. Zaznajamiają się z podstawowymi dokumentami, ćwiczą umiejętność przygotowania pism w edytorze tekstów, znajomość arkusza kalkulacyjnego, gromadze-

nia i przetwarzania informacji. Zapoznaje się z podstawami prawa pracy, regulaminem obowiązującym pracowników, sposobami kształtowania właściwych relacji międzyludzkich (współpraca w ramach urzędu, kontakty z petentami).

W działach promocji poznaje cele i formy promocji, włącza się czynnie do przygotowania materiałów reklamowych, uczestniczy w przygotowaniu imprez, pisze zaproszenia oraz informacje do mediów. Zapoznaje się z redagowaniem strony internetowej urzędu lub firmy. W miarę możliwości pomaga administratorowi w opracowaniu danych i aktualizowaniu informacji.

3. Praktyka w mediach lokalnych (6 tygodni)

Praktyka odbywa się w redakcjach lokalnych mediów (lub innych) – redakcji prasowej, radiowej, telewizyjnej, telewizji kablowej, w redakcji portalu internetowego, w dziale public relations dowolnej instytucji bądź w biurze prasowym.

Celem praktyki jest poznanie przez studentów warsztatu dziennikarskiego, organizacji pracy redakcji, funkcjonowania terenowego oddziału mediów regionalnych, zadań służb public relations lub rzecznika prasowego.

Student odbywający praktykę włącza się czynnie do codziennych zdań wybranej jednostki. Zapoznaje się ze specyfiką redakcji lub instytucji, poznaje system pracy, warunki techniczne, sposoby kontaktowania się z niezbędnymi działami, zwierzchnikami itp. Poznaje przepisy dotyczące pracy w redakcji lub instytucji. Bierze udział w przygotowaniu materiałów dziennikarskich przeznaczonych do publikacji – towarzyszy dziennikarzowi wyjeżdżającemu w teren, obserwuje metody zbierania i selekcji informacji, pomaga we wszystkich pracach redakcyjnych.

Zależnie od swoich zainteresowań lub na polecenie opiekuna, przygotowuje samodzielne teksty, w miarę możliwości tworzy różne gatunki dziennikarskie (informacja, komentarz, felieton, wywiad, recenzja, artykuł, reportaż). Przeprowadza sondy, wyszukuje dane archiwalne, wykonuje podobne czynności przyczyniające się do powstania informacji, artykułu itp. Próbnie adiustuje teksty innych autorów, przeprowadza korektę, dobiera ilustracje lub inne elementy graficzne, uczestniczy w komponowaniu kolumn gazety, redagowaniu komunikatu. Z szczególną starannością powinien dbać o poprawność języka polskiego w przygotowywanych materiałach oraz zasady etyki dziennikarskiej.

W działach PR (biurze prasowym) – do zadań praktykanta należy w miarę dokładne poznanie wybranej instytucji, w tym funkcjonowania działu zajmującego się komunikacją społeczną, a także ogólnych przepisów dotyczących public relations.

Stosownie do systemu pracy biura, student włącza się do niektórych zadań: odbiera telefony, pisze pisma, pomaga w codziennych przeglądach prasy w celu znalezienia informacji związanych z daną firmą. Samodzielnie opisuje ich wyniki. Uczestniczy w kampaniach informacyjnych, konferencjach prasowych, próbnie

pisze informacje dla mediów, w tym aktualności na stronę internetową instytucji oraz inne pisma, np. zaproszenia, sprostowania.

Praca w wydawnictwie (5 tygodni)

Praktyka w czasie trzeciego roku studiów odbywa się w wydawnictwach, agencjach reklamowych, firmach poligraficznych.

Celem jest dokładne poznanie cyklu wydawniczego publikacji okolicznościowych, czasopism i książek.

Student zapoznaje się z charakterem wydawnictwa – organizacją pracy i przepisami dotyczącymi pracowników, równocześnie poznaje zagadnienia techniczne związane ze składem i drukiem. Powinien poznać zasady dystrybucji produktów i działania marketingowe wydawnictwa.

Student ćwiczy umiejętność pracy, wykorzystując programy graficzne i edytorskie. Samodzielnie wykonuje obróbkę materiałów graficznych (zdjęcia, rysunki, strony www), zapoznaje się z doborem czcionek, kompozycją ilustracji, korektą na próbnych wydrukach i w komputerze.

W miarę możliwości praktykant powinien włączyć się w prace przedsiębiorstwa na poszczególnych etapach edycji. Wykonuje próbne prace, np. ulotki, korekta. W wydawnictwie prasowym poznaje system rozpowszechniania czasopisma, rozliczanie materiałów autorskich i sprzedaży, a ponadto zasady zdobywania reklam i działania marketingowe.

Specjalność: Komunikacja w turystyce

Studenci specjalności komunikacja w turystyce odbywają w trakcie studiów praktykę zawodową w wymiarze łącznie 15 tygodni zgodnie z planem studiów.

Celem praktyki jest praktyczne poznanie pracy w urzędach, firmach i instytucjach, oraz biurach podróży i obiektach hotelarskich, przede wszystkim zaś zapoznanie się z podstawowymi zadaniami, organizacją pracy i funkcjonowaniem przedsiębiorstw branży turystycznej, ze szczególnym uwzględnieniem zagadnień komunikacji interpersonalnej, pracy w zespole, przede wszystkim zaś międzynarodowej komunikacji językowej, niezbędnej w kontaktach z turystami i kontrahentami zagranicznymi.

1. Praktyka w urzędach, firmach i instytucjach (4 tygodnie)

Celem praktyki jest zapoznanie studentów z zasadami organizacji pracy biurowej oraz funkcjonowania urzędów, sekretariatów, działów zajmujących się promocją, metod organizacji pracy w działach marketingu, handlu, wymagającej otwartości, zdolności interpersonalnych itp. Studenci zapoznają się z zasadami obiegu dokumentów, podstawami archiwizowania, przygotowaniem korespondencji, organizacją przepływu informacji i pracą w ramach wewnętrznej sieci komputerowej. Zaznajamiają się z podstawowymi dokumentami, ćwiczą umiejętność przygotowania pism w edytorze tekstów, znajomość arkusza kalkulacyjnego, gromadzenia i przetwarzania informacji. Zapoznaje się z podstawami prawa pracy, regulaminem obowiązują-

cym pracowników, sposobami kształtowania właściwych relacji międzyludzkich (współpraca w ramach urzędu, kontakty z petentami).

W działach promocji poznaje cele i formy promocji, włącza się czynnie do przygotowania materiałów reklamowych, uczestniczy w przygotowaniu imprez, pisze zaproszenia oraz informacje do mediów. Zapoznaje się z redagowaniem strony internetowej urzędu lub firmy. W miarę możliwości pomaga administratorowi w opracowaniu danych i aktualizowaniu informacji.

2. Praktyka biurach podróży (6 tygodni)

Praktyka odbywa się w lokalnych biurach podróży lub agendach ogólnopolskich biur turystycznych.

Celem praktyki jest zdobycie umiejętności praktycznego zastosowania posiadanych wiadomości teoretycznych dotyczących organizacji i obsługi ruchu turystycznego, przygotowanie do samodzielnej pracy i podejmowania samodzielnych decyzji, poznanie działalności jednostek obsługi ruchu turystycznego w warunkach gospodarki rynkowej, wypracowanie umiejętności nadążania za potrzebami lokalnego rynku turystycznego, zapoznanie z zakresem, sprzedażą i jakością oferty turystycznej, zapoznanie ze sposobami rozliczeń finansowych z kontrahentami krajowymi i zagranicznymi, wypracowanie umiejętności samodzielnego tworzenia produktu turystycznego, poznanie form reklamy stosowanych przez biura podróży jako nowoczesne jednostki obsługi ruchu turystycznego oraz zakresu obowiązków na poszczególnych stanowiskach w tych instytucjach, w końcu zaś – co niezwykle istotne – wyrobienie nawyków wysokiej kultury obsługi turystów.

Student odbywający praktykę włącza się czynnie do codziennych zdań wybranej jednostki. Zapoznaje się ze specyfiką działań tej instytucji, poznaje system pracy, warunki techniczne, sposoby kontaktowania się z niezbędnymi działami, zwierzchnikami itp. Poznaje przepisy dotyczące pracy biur podróży, zasady współpracy i rozliczeń z przewoźnikami, hotelarzami, innymi biurami, zasady współpracy agencyjnej. Poznaje tajniki kształtowanie wizerunku firmy oraz działań marketingowych prowadzonych w biurze.

Bierze udział w przygotowaniu katalogów imprez proponowanych przez biuro oraz innych materiałów reklamowych przeznaczonych do publikacji. Poznaje zasady projektowania turystycznych imprez krajowych, zagranicznych i przejazdowych wraz z ich kalkulacją. Towarzyszy etatowym pracownikom biura w projektowaniu imprez specjalistycznych uwzględniających potrzeby lokalnego rynku turystycznego. Pomaga również we wszystkich pracach biurowych.

Zależnie od swoich możliwości i kompetencji, lub na polecenie opiekuna, w języku polskim lub obcym, przygotowuje samodzielne materiały reklamowe dotyczące konkretnych produktów turystycznych lub indywidualne programy wyjazdów turystycznych, uwzględniające oczekiwania klientów polskich i zagranicznych. W obu przypadkach zwraca szczególną uwagę na kulturę języka, dobór właściwych ilustracji i elementów graficznych.

Podczas odbywania praktyki w biurze podróży do zadań praktykanta należy w miarę dokładne poznanie wybranej instytucji, w tym funkcjonowania działu zajmującego się komunikacją społeczną, w tym także ogólnych przepisów dotyczących public relations.

Stosownie do systemu pracy biura, student włącza się do niektórych zadań: odbiera telefony, pisze pisma, pomaga w codziennych przeglądach korespondencji i informacji związanych z działalnością danego biura podróży. Uczestniczy w kampaniach reklamowych, czy konferencjach prasowych. Pod kontrolą opiekuna praktyki przygotowuje krótkie informacje, zarówno w języku polskim jak i obcym, dla klientów lub do środków masowego przekazu.

3. Praktyka w obiektach hotelarskich (5 tygodni)

Praktyka odbywa się w hotelach lub obiektach hotelarskich świadczących zarówno usługi noclegowe jak i gastronomiczne.

Celem praktyki jest zdobycie umiejętności praktycznego zastosowania posiadanych wiadomości z zakresu hotelarstwa oraz bezpośredniej obsługi ruchu turystycznego, przygotowanie do samodzielnej pracy i podejmowania decyzji, zapoznanie z zakresem i specyfiką pracy w obiektach hotelarskich, metodami sprzedaży oraz jakością oferty hotelarskiej, zapoznanie ze sposobami rozliczeń finansowych stosowanych w hotelarstwie, w końcu zaś poznanie zakresu obowiązków na poszczególnych stanowiskach pracy w hotelu oraz stosowanymi formami promocji i reklamy.

Podczas praktyki student zapoznaje się z charakterem i specyfiką pracy na podstawowych stanowiskach występujących w branży hotelarskiej. Zapoznaje się z zakresem obowiązków i techniką pracy recepcjonistów, organizacją ich pracy (harmonogramy, regulaminy), rozplanowaniem i urządzeniem hallu hotelowego, estetyką miejsca pracy i kulturą obsługi gościa hotelowego. Zapoznaje się ze schematem organizacyjnym recepcji hotelowej, przyjmowaniem, ewidencją i przekazywaniem przyjętych zleceń do realizacji, wykonywaniem czynności związanych z przyjęciem gościa, obsługą urządzeń teleinformatycznych, organizacją pracy kasy hotelowej oraz dokumentacją z tym związaną, udzielaniem informacji hotelarskich oraz reklamą obiektu.

Zapoznaje się z zakresem obowiązków oraz organizacją pracy tzw. służb parterowych i piętrowych.

Poznaje zakres obowiązków i organizację pracy pionu gastronomicznego, zarówno sali konsumpcyjnej, jak i bufetu lub baru, zapoznaje się z zasadami i organizacją przyjęć okolicznościowych oraz kalkulacją ich kosztów.

Poznaje specyfikę i organizację pracy działu administracyjno-gospodarczego, czynnościami związanymi z przyjmowaniem i prowadzeniem korespondencji, prowadzeniem spraw pracowniczych, zapoznaje się z instrukcjami i regulaminami pracy.

W miarę możliwości student zapoznaje się również z formami i organizacją pracy działu marketingu, poznaje zasady przygotowywania kalkulacji cen, umów o współpracy z biurami podróży, jak również prowadzeniem akcji marketingowych.

8. Deklaracje pracodawców w sprawie przyjęcia określonej liczby studentów wnioskowanego kierunku Międzynarodowa komunikacja językowa na praktyki i porozumienia o współpracy

PGNiG TECHNOLOGIE S.A.
ul. Naftowa 8, 38-400 Krosno
NIP 527-23-51-360 REGON 017196642
KRS 0000422566

.....

(pieczęć firmy)

Krosno, dnia 12.02.2016 r.

DEKLARACJA
przyjęcia na praktyki zawodowe studentów kierunku
MIĘDZYNARODOWA KOMUNIKACJA JĘZYKOWA
Państwowej Wyższej Szkoły Zawodowej im. Stanisława Pigonia w Krośnie

PGNiG Technologie S.A., 38-400 Krosno ul. Naftowa 8,
(nazwa firmy, adres)

reprezentowana przez Marta Zygmunt - Prezes Zarządu

wyraża zgodę na przyjęcie na praktyki zawodowe 5 (pięciu) studentów kierunku
(liczba studentów)
Międzynarodowa komunikacja językowa Państwowej Wyższej Szkoły Zawodowej im. Stanisława Pigonia w Krośnie.

PREZES ZARZĄDU
PGNiG Technologie S.A.
Marta Zygmunt
.....
(podpis i pieczęć osoby upoważnionej)

NOWY STYL GROUP | SIEDZIBA GŁÓWNA
Nowy Styl Sp. z o.o., 38-400 Krosno,
ul. Pużaka 49, NIP 684-000-93-02
TEL. +48 13 43 76 100 FAX +48 13 43 62 732
www.NowyStylGroup.com G26

.....

(pieczęć firmy)

Krosno, dnia. 08.02.2016

DEKLARACJA

przyjęcia na praktyki zawodowe studentów kierunku
MIĘDZYNARODOWA KOMUNIKACJA JĘZYKOWA
Państwowej Wyższej Szkoły Zawodowej im. Stanisława Pigonia w Krośnie

Nowy Styl Sp. z o.o., ul. Pużaka 49, 38-400 Krosno
(nazwa firmy, adres)

reprezentowana przez Dariusza Frydrycha - Członka Zarządu

wyraża zgodę na przyjęcie na praktyki zawodowe 15 studentów kierunku
(liczba studentów)

Międzynarodowa komunikacja językowa Państwowej Wyższej Szkoły Zawodowej im. Stanisława Pigonia w Krośnie.

CZŁONEK ZARZĄDU
Dariusz Frydrych

.....
(podpis i pieczęć osoby upoważnionej)

INVESTIMUS Sp. z o.o.
ul. Lwowska 21, 38-400 Krosno
tel. +48 13 43 66 212, faks +48 13 43 68 731
NIP 685-23-26-534
KRS 0000500303 REGON 181078510

.....

(pieczęć firmy)

Krosno, dnia 1P.P2.2P18r.

DEKLARACJA

przyjęcia na praktyki zawodowe studentów kierunku
MIĘDZYNARODOWA KOMUNIKACJA JĘZYKOWA
Państwowej Wyższej Szkoły Zawodowej im. Stanisława Pigonia w Krośnie

INVESTIMUS Sp. z o.o.
ul. Lwowska 21, 38-400 Krosno
tel. +48 13 43 66 212, faks +48 13 43 68 731
NIP 685-23-26-534
KRS 0000500303 REGON 181078510

.....,
(nazwa firmy, adres)

INVESTIMUS Sp. z o.o.
Wiceprezes Zarządu

reprezentowana przez .....
Barbara Jewiarz-Penar

wyraża zgodę na przyjęcie na praktyki zawodowe 2 .....studentów kierunku
(liczba studentów)

Międzynarodowa komunikacja językowa Państwowej Wyższej Szkoły Zawodowej im. Stanisława Pigonia w Krośnie.

INVESTIMUS Sp. z o.o.
Wiceprezes Zarządu
Barbara Jewiarz-Penar.....
(podpis i pieczęć osoby upoważnionej)

KROŚNIEŃSKIE PRZEDSIĘBIORSTWO BUDOWLANE
w KROŚNIE Spółka Akcyjna
38-400 KROSNO, ul. Lewakowskiego 25
tel.: (0*13) 436-27-11, fax: (0*13) 432-48-50
SĄD REJONOWY w Rzeszowie, XII wydział
Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego
KRS: 0000083342
Nr ident. VAT: 684-000-08-67
IDENTYFIKATOR: 370019582
Kapitał zakładowy: 1 240 980,00 zł - WPŁACONY

(pieczęć firmy)

Krosno, dnia 11.02.2016 r.

DEKLARACJA
przyjęcia na praktyki zawodowe studentów kierunku
MIĘDZYNARODOWA KOMUNIKACJA JĘZYKOWA
Państwowej Wyższej Szkoły Zawodowej im. Stanisława Pigonia w Krośnie.

Krośnieńskie Przedsiębiorstwo Budowlane w Krośnie S.A. z siedzibą w Krośnie, 38-400 Krosno, ul. Lewakowskiego 25
(nazwa firmy, adres)

reprezentowana przez mgr inż. Stanisław Materniak-Prezes Zarządu-Dyrektor Naczelny

wyraża zgodę na przyjęcie na praktyki zawodowe 8 studentów kierunku
(liczba studentów)
Międzynarodowa komunikacja językowa Państwowej Wyższej Szkoły Zawodowej im. Stanisława Pigonia w Krośnie.

PREZES ZARZĄDU
DYREKTOR NACZELNY
Krośnieńskiego Przedsiębiorstwa Budowlanego
w Krośnie S.A.
mgr inż. Stanisław Materniak

.....
(podpis i pieczęć osoby upoważnionej)

REGIONALNE CENTRUM
KULTUR POGRANICZA
38-400 Krosno, ul. Kolejowa 1
tel. 13-432-18-98, fax 432-15-71
NIP 684-21-58-733, Regon 000630652

Krosno, dnia 11.02.2016

(pieczęć firmy)

DEKLARACJA

przyjęcia na praktyki zawodowe studentów kierunku
MIĘDZYNARODOWA KOMUNIKACJA JĘZYKOWA
Państwowej Wyższej Szkoły Zawodowej im. Stanisława Pigonia w Krośnie

REGIONALNE CENTRUM KULTUR POGRANICZA 38-400 KROSNO UL. KOLEJOWA 1,
(nazwa firmy, adres)

reprezentowana przez DOROTĘ CZYSIKĘ - DYREKTORA

wyraża zgodę na przyjęcie na praktyki zawodowe 22 studentów kierunku
(liczba studentów)
Międzynarodowa komunikacja językowa Państwowej Wyższej Szkoły Zawodowej im. Stanisława Pigonia w Krośnie.

DYREKTOR
D. Czysik
(podpis i pieczęć osoby upoważnionej)

REGIONALNE CENTRUM
KULTUR POGRANICZA
38-400 Krosno, ul. Kolejowa 1
tel. 13-432-18-98, fax 432-15-71
NIP 684-21-58-733, Regon 000630652

URZĄD MIASTA KROSNA
38-400 KROSNO
ul. Lwowska 28A

.....

(pieczęć firmy)

Krosno, dnia 26.01.2016 r.

DEKLARACJA
przyjęcia na praktyki zawodowe studentów kierunku
MIĘDZYNARODOWA KOMUNIKACJA JĘZYKOWA
Państwowej Wyższej Szkoły Zawodowej im. Stanisława Pigonia w Krośnie

Urząd Miasta Krosna,
(nazwa firmy, adres)

reprezentowana przez Pana Macieja Gernanda – Sekretarza Miasta Krosna

wyraża zgodę na przyjęcie na praktyki zawodowe dwóch studentów kierunku
(liczba studentów)
Międzynarodowa komunikacja językowa Państwowej Wyższej Szkoły Zawodowej im. Stanisława Pigonia w Krośnie.

Z up. PREZYDENTA

.....
(podpis i pieczęć osoby upoważnionej)
Maciej Gernand
Sekretarz Miasta Krosna

"NOWE PODKARPACIE"
Sp. z o.o.
38-400 Krosno, ul. Słowackiego 6
tel./fax (0-13) 432-19-05
NIP 684-101-01-04, Regon 370180604

(pieczęć firmy)

Krosno, dnia 1 lutego 2016r

DEKLARACJA
przyjęcia na praktyki zawodowe studentów kierunku
MIĘDZYNARODOWA KOMUNIKACJA JĘZYKOWA
Państwowej Wyższej Szkoły Zawodowej im. Stanisława Pigonia w Krośnie

Tygodnik regionalny "Nowe Podkarpacie", ul. Słowackiego 6, Krosno
(nazwa firmy, adres)

reprezentowana przez ..... Marzenę Miśkiewicz - redaktor naczelna

wyraża zgodę na przyjęcie na praktyki zawodowe ...pięciu.....studentów kierunku
(liczba studentów)

Międzynarodowa komunikacja językowa Państwowej Wyższej Szkoły Zawodowej im. Stanisława Pigonia w Krośnie.

REDAKTOR NACZELNY
Marzena Miśkiewicz
Marzena Miśkiewicz
(podpis i pieczęć osoby upoważnionej)

URZĄD MIASTA
JASŁO
RYNEK 12
tel. 44 62 976
NIP 685-21-38-125, REGON 000524660

.....

(pieczęć firmy)

Krosno, dnia..08.02.2016

DEKLARACJA
przyjęcia na praktyki zawodowe studentów kierunku
MIĘDZYNARODOWA KOMUNIKACJA JĘZYKOWA
Państwowej Wyższej Szkoły Zawodowej im. Stanisława Pigonia w Krośnie

.....Urząd Miasta w Jaśle, ul. Rynek 12, 38-200 Jasło
(nazwa firmy, adres)

reprezentowana przez ....Pana Pawła Rzońca - Sekretarza miasta Jasła

wyraża zgodę na przyjęcie na praktyki zawodowe .....2.....studentów kierunku

(liczba studentów)

Międzynarodowa komunikacja językowa Państwowej Wyższej Szkoły Zawodowej im. Stanisława Pigonia w Krośnie.

Z up. Burmistrza
Paweł Rzońca
SEKRETARZ MIASTA

.....

(podpis i pieczęć osoby upoważnionej)

Jasielski Dom Kultury
38-200 Jasło, ul. Kołłątaja 1
tel.fax 13 44 351 50
NIP 685-10-05-710

Krosno, dnia 05.02.2016r.

DEKLARACJA
przyjęcia na praktyki zawodowe studentów kierunku
MIĘDZYNARODOWA KOMUNIKACJA JĘZYKOWA
Państwowej Wyższej Szkoły Zawodowej im. Stanisława Pigonia w Krośnie

Jasielski Dom Kultury ul. Kołłątaja 1

rezentowana przez dyrektora Janusza Szewczyka

wyraża zgodę na przyjęcie na praktyki zawodowe 5 studentów kierunku
(liczba studentów)

Międzynarodowa komunikacja językowa Państwowej Wyższej Szkoły Zawodowej im. Stanisława Pigonia w Krośnie.

Jasielski Dom Kultury
38-200 Jasło, ul. Kołłątaja 1
tel.fax 13 44 351 50
NIP 685-10-05-710

DYREKTOR
Janusz Szewczyk

Centrum Dziedzictwa Szkła
Sp. z o.o.
38-400 Krosno, ul. Blich 2
KRS: 0000367353
NIP: 6842607964 ; REGON: 180619978

.....

(pieczęć firmy)

Krosno, dnia 19.01.2016

DEKLARACJA
przyjęcia na praktyki zawodowe studentów kierunku
MIĘDZYNARODOWA KOMUNIKACJA JĘZYKOWA
Państwowej Wyższej Szkoły Zawodowej im. Stanisława Pigonia w Krośnie

Centrum Dziedzictwa Szkła Sp. z.o.o. Krosno ul. Blich 2,
(nazwa firmy, adres)

reprezentowana przez Leon Kondos

wyraża zgodę na przyjęcie na praktyki zawodowe 6 osób studentów kierunku
(liczba studentów)

Międzynarodowa komunikacja językowa Państwowej Wyższej Szkoły Zawodowej im. Stanisława Pigonia w Krośnie.

DYREKTOR OPERACYJNY
Stefan Działosz
(podpis i pieczęć osoby upoważnionej)

MUZEUM RZEMIOSŁA W KROŚNIE
38-400 Krosno, ul. J. Piłsudskiego 19
Tel. 013 43 241 88, NIP 684-183-66-80

.....

Krosno, dnia 9.02.2016 r.

(pieczęć firmy)

DEKLARACJA
przyjęcia na praktyki zawodowe studentów kierunku
MIĘDZYNARODOWA KOMUNIKACJA JĘZYKOWA
Państwowej Wyższej Szkoły Zawodowej im. Stanisława Pigonia w Krośnie

.....MUZEUM RZEMIOSŁA W KROŚNIE.....,
(nazwa firmy, adres)

reprezentowana przez .....EWĘ MAŃKOWSKĄ - DYREKTORA.....

wyraża zgodę na przyjęcie na praktyki zawodowe .....6 sześciu.....studentów kierunku

(liczba studentów)

Międzynarodowa komunikacja językowa Państwowej Wyższej Szkoły Zawodowej im. Stanisława Pigonia w Krośnie.

DYREKTOR
Muzeum Rzemiosła w Krośnie
mgr Ewa Mańkowska

.....
(podpis i pieczęć osoby upoważnionej)

MUZEUM PODKARPACKIE
wKROŚNIE
ul. Piłsudskiego 16, 38-400 KROSNO
tel. 43-213-76, tel/fax 43-243-01
NIP: 684 - 10 - 48 - 586

Krosno, dnia 27.01.2016

(pieczęć firmy)

DEKLARACJA

przyjęcia na praktyki zawodowe studentów kierunku
MIĘDZYNARODOWA KOMUNIKACJA JĘZYKOWA
Państwowej Wyższej Szkoły Zawodowej im. Stanisława Pigonia w Krośnie

MUZEUM PODKARPACKIE
wKROŚNIE
ul. Piłsudskiego 16, 38-400 KROSNO
tel. 43-213-76, tel/fax 43-243-01
NIP: 684 - 10 - 48 - 586

.....,
(nazwa firmy, adres)

reprezentowana przez ..... dyrektora .....

wyraża zgodę na przyjęcie na praktyki zawodowe ..... 9 (osiem) .....studentów kierunku
(liczba studentów)

Międzynarodowa komunikacja językowa Państwowej Wyższej Szkoły Zawodowej im. Stanisława Pigonia w Krośnie.

DYREKTOR
Muzeum Podkarpackiego
w Krośnie
mgr Jan Gancarski

.....
(podpis i pieczęć osoby upoważnionej)

TŁUMACZ PRZYSIĘGŁY
JĘZYKA ANGIELSKIEGO
dr Piotr Romanowski
38-400 Krosno, Żółkiewskiego 102
tel.: (13) 42 023 13, kom.: 506 066 611

.....

(pieczęć firmy)

Krosno, dnia 10. 02 - 2016

DEKLARACJA
przyjęcia na praktyki zawodowe studentów kierunku
MIĘDZYNARODOWA KOMUNIKACJA JĘZYKOWA
Państwowej Wyższej Szkoły Zawodowej im. Stanisława Pigonia w Krośnie

38-400 Krosno, ul. Żółkiewskiego 102
.....,
(nazwa firmy, adres)

reprezentowana przez Piotra Romanowskiego

wyraża zgodę na przyjęcie na praktyki zawodowe ....2.... studentów kierunku
(liczba studentów)

Zielarstwo Państwowej Wyższej Szkoły Zawodowej im. Stanisława Pigonia w Krośnie.

Piotr Romanowski
.....
(podpis i pieczęć osoby upoważnionej)

TŁUMACZ PRZYSIĘGŁY
JĘZYKA ANGIELSKIEGO
dr Piotr Romanowski
38-400 Krosno, Żółkiewskiego 102
tel.: (13) 42 023 13, kom.: 506 066 611

REJON BUDOWY DRÓG I MOSTÓW
w Krośnie, Sp. z o.o.
38-400 KROSNO, ul. Tysiąclecia 38
Regon: 370360036, NIP: 684-20-14-744
SĄD REJONOWY w RZESZOWIE
XII WYDZIAŁ GOSPODARCZY
Numer KRS: 0000116539
KAPITAŁ ZAKŁADOWY: 580.000,00 ZŁ

.....

(pieczęć firmy)

Krosno, dnia 11.02.2016 r.

DEKLARACJA
przyjęcia na praktyki zawodowe studentów kierunku
MIĘDZYNARODOWA KOMUNIKACJA JĘZYKOWA
Państwowej Wyższej Szkoły Zawodowej im. Stanisława Pigonia w Krośnie

Rejon Budowy Dróg i Mostów w Krośnie Sp. z o.o.,
(nazwa firmy, adres)

reprezentowana przez Bartosza Zdzieba - Członek Zarządu

wyraża zgodę na przyjęcie na praktyki zawodowe 5 studentów kierunku
(liczba studentów)

Międzynarodowa komunikacja językowa Państwowej Wyższej Szkoły Zawodowej im. Stanisława Pigonia w Krośnie.

CZŁONEK ZARZĄDU
Dyrektor d/s przygotowania
i realizacji produkcji
Zdzieba
mgr inż. Bartosz Zdzieba
(podpis i pieczęć osoby upoważnionej)

Wydawnictwo •RUTHENUS• Rafał Barski
ul Wolności 13, 38-400 Krosno
tel./fax +48 13 436 51 00, NIP 684-100-53-93
BIURO: 38-400 Krosno, ul. Łukasiewicza 49

.....

(pieczęć firmy)

Krosno, dnia. 15.02.2016 r.

DEKLARACJA
przyjęcia na praktyki zawodowe studentów kierunku
MIĘDZYNARODOWA KOMUNIKACJA JĘZYKOWA
Państwowej Wyższej Szkoły Zawodowej im. Stanisława Pigonia w Krośnie

WYDAWNICTWO RUTHENUS - RAFAŁ BARSKI, ul. ŁUKASIEWICZA 49, KROSNO
(nazwa firmy, adres)

reprezentowana przez ARIUSZA DAWORCKIEGO

wyraża zgodę na przyjęcie na praktyki zawodowe 10 studentów kierunku
(liczba studentów)
Międzynarodowa komunikacja językowa Państwowej Wyższej Szkoły Zawodowej im. Stanisława Pigonia w Krośnie.

.....
(podpis i pieczęć osoby upoważnionej)

Wydawnictwo •RUTHENUS• Rafał Barski
ul Wolności 13, 38-400 Krosno
tel./fax +48 13 436 51 00, NIP 684-100-53-93
BIURO: 38-400 Krosno, ul. Łukasiewicza 49

"POLSKIE BIURO PODRÓŻY - KROSNO" Sp. z o.o.
38-400 KROSNO, ul. Blich 1
tel.0-13/432-30-80, 432-42-19 fax 013/436-70-94
NIP: 684-234-95-51, REGON: 371162577

.....

Krosno, dnia. 28.01.2016 r.

(pieczęć firmy)

DEKLARACJA
przyjęcia na praktyki zawodowe studentów kierunku
MIĘDZYNARODOWA KOMUNIKACJA JĘZYKOWA
Państwowej Wyższej Szkoły Zawodowej im. Stanisława Pigonia w Krośnie

„Polskie Biuro Podróży - Krosno" Sp. z o.o. ul. Blich 1, Krosno
(nazwa firmy, adres)

reprezentowana przez ...Alicję Styś - Prezesa Zarządu.....

wyraża zgodę na przyjęcie na praktyki zawodowe .....5 - pięć.....studentów kierunku
(liczba studentów)

Międzynarodowa komunikacja językowa Państwowej Wyższej Szkoły Zawodowej im. Stanisława Pigonia w Krośnie.

Prezes Zarządu
.....
Alicja Styś
(podpis i pieczęć osoby upoważnionej)

Dr KRZYSZTOF KASPRZYK
TŁUMACZ PRZYSIĘGŁY
JĘZYKA ANGIELSKIEGO I NIEMIECKIEGO
38-400 Krosno, ul.Cicha 18, tel./fax:013 43 219 03
NIP 684-144-92-91, REGON 370160441
BGŻ O/KROSNO 02203000451110000001130410

Krosno, dnia 15.02.2015

(pieczęć firmy)

DEKLARACJA
przyjęcia na praktyki zawodowe studentów kierunku
MIĘDZYNARODOWA KOMUNIKACJA JĘZYKOWA
Państwowej Wyższej Szkoły Zawodowej im. Stanisława Pigonia w Krośnie

TŁUMACZENIA Z JĘZYKA ANGIELSKIEGO I NIEMIECKIEGO
(nazwa firmy, adres) ul. Cicha 18 38-400 KROSNO

reprezentowana przez dr Krzysztof Kasprzyk - tłumacz przysięgły j. angielskiego i niemieckiego

wyraża zgodę na przyjęcie na praktyki zawodowe 2 studentów kierunku

(liczba studentów)

Zielarstwo Państwowej Wyższej Szkoły Zawodowej im. Stanisława Pigonia w Krośnie.

.....
(podpis i pieczęć osoby upoważnionej)

Dr KRZYSZTOF KASPRZYK
TŁUMACZ PRZYSIĘGŁY
JĘZYKA ANGIELSKIEGO I NIEMIECKIEGO
38-400 Krosno, ul.Cicha 18, tel./fax:013 43 219 03
NIP 684-144-92-91, REGON 370160441
BGŻ O/KROSNO 02203000451110000001130410

Podkarpacka Fundacja
Rozwoju Kultury
38-500 Sanok, ul. 3 Maja 15/3
tel.+48 134640344 NIP 6871923604
REGON 180477604 KRS 0000337640
PKO S.A. 98124023401111001030260378
www.interpiano.pl fundacja@interpiano.pl

.....

(pieczęć firmy)

Krosno, dnia 16.03.2016

DEKLARACJA
przyjęcia na praktyki zawodowe studentów kierunku
MIĘDZYNARODOWA KOMUNIKACJA JĘZYKOWA
Państwowej Wyższej Szkoły Zawodowej im. Stanisława Pigonia w Krośnie

Podkarpacka Fundacja Rozwoju Kultury, ul. 3 maja 15/3
38-500 Sanok
(nazwa firmy, adres)

reprezentowana przez Renatę Ostrowskiego - Vice Prezes

wyraża zgodę na przyjęcie na praktyki zawodowe 2 studentów kierunku
(liczba studentów)
Międzynarodowa komunikacja językowa Państwowej Wyższej Szkoły Zawodowej im. Stanisława Pigonia w Krośnie.

Podkarpacka Fundacja
Rozwoju Kultury
Janusz Ostrowski - Wiceprezes Zarządu
j.ostrowski@interpiano.pl tel. 605 246 200

.....
(podpis i pieczęć osoby upoważnionej)