



## PROGRAM STUDIÓW

OGÓLNA CHARAKTERYSTYKA	
nazwa kierunku studiów	Communication Management
poziom kształcenia	studia pierwszego stopnia
profil kształcenia	praktyczny
prowadzone w siedzibie czy filii	w filii we Wrocławiu
tytuł zawodowy nadawany absolwentom	licencjat
forma lub formy studiów	studia stacjonarne
liczba semestrów konieczna do ukończenia studiów	7 semestrów
liczba punktów ECTS konieczna do ukończenia studiów	210 punktów ECTS
liczba godzin w programie studiów – łącznie za zajęcia i praktyki (największa)	2685 godzin
liczba godzin zajęć w programie studiów – tylko zajęcia, bez praktyk (największa)	1965 godzin
wymiar praktyk zawodowych	720 godzin, 28 punktów ECTS
język wykładowy	język polski
rok rozpoczęcia pierwszego cyklu kształcenia	2026/2027

## **SPIS TREŚCI**

<b>OGÓLNA CHARAKTERYSTYKA</b>	<b>1</b>
<b>1. EFEKTY UCZENIA SIĘ</b>	<b>3</b>
<b>2. OPIS PROCESU PROWADZĄCEGO DO UZYSKANIA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ</b>	<b>7</b>
2.1. WSKAŹNIKI	7
2.1.1. LICZBA GODZIN I WSKAŹNIKI ZALEŻNE OD FORMY STUDIÓW	7
2.1.2. WSKAŹNIKI NIEZALEŻNE OD FORMY STUDIÓW	7
<b>3. ZAJĘCIA</b>	<b>8</b>
3.1. WYKAZ ZAJĘĆ	8
3.2. ZAJĘCIA Z DZIEDZIN NAUK HUMANISTYCZNYCH	10
3.3. ZAJĘCIA DO WYBORU	10
<b>4. OPIS SPOSOBÓW WERYFIKACJI EFEKTÓW UCZENIA SIĘ</b>	<b>11</b>
<b>5. PRAKTYKI ZAWODOWE</b>	<b>12</b>
<b>6. PRACA DYPLOMOWA</b>	<b>12</b>
<b>7. EGZAMIN DYPLOMOWY</b>	<b>12</b>

## 1. EFEKTY UCZENIA SIĘ

**Absolwent(ka) studiów uzyskuje kwalifikację pełną na poziomie 6 Polskiej Ramy Kwalifikacji.**

Efekty uczenia się odnoszą się do następujących dyscyplin:

nauki o komunikacji społecznej i mediach (dziedzina nauki społeczne) – dyscyplina wiodąca	60% punktów ECTS
sztuki plastyczne i konserwacja dzieł sztuki (dziedzina sztuki)	20% punktów ECTS
nauki o zarządzaniu i jakości (dziedzina nauki społeczne)	20% punktów ECTS

Symbol efektu	ABSOLWENT(KA):
	<b>Wiedza:</b>
CM_W01	ma zaawansowaną wiedzę z zakresu teorii komunikacji i nauk o komunikacji społecznej i mediach, wybranych elementów teorii i praktyki nauk o zarządzaniu i jakości oraz wybranych teorii i praktyki projektowania użytkowego;
CM_W02	ma zaawansowaną wiedzę o różnych rodzajach struktur i instytucji społecznych, kulturowych, politycznych, prawnych i ekonomicznych związanych z systemami medialnymi oraz profesjonalnym komunikowaniem w sferze publicznej;
CM_W03	ma zaawansowaną wiedzę o relacjach między strukturami i instytucjami życia społecznego w skali krajowej, międzynarodowej i międzykulturowej, w szczególności w zakresie przemysłów kreatywnych;
CM_W04	zna rodzaje relacji społecznych odpowiadających: naukom o komunikacji społecznej i mediach, wybranym teoriom nauk o zarządzaniu i jakości oraz procesie twórczym i rządzących nimi prawidłowościach;
CM_W05	ma wiedzę o człowieku, w szczególności jako o podmiocie konstytuującym struktury społeczne i zasady ich funkcjonowania, a także działającym w tych strukturach, zwłaszcza w kontekście produkcji medialnej, zarządzania kontentem, sztuk wizualnych, wykorzystania narzędzi kreacji projektowej;
CM_W06	zna w zaawansowanym stopniu teorie dotyczące współczesnych uwarunkowań społecznych i kulturowych w komunikacji językowej;



Symbol efektu	ABSOLWENT(KA):
CM_W07	ma zaawansowaną wiedzę o metodach i narzędziach, w tym technikach pozyskiwania danych, odpowiednich dla teorii komunikacji i nauk o komunikacji społecznej i mediach, dzięki którym rozumie procesy zachodzące w strukturach i instytucjach życia społecznego, procesu projektowego oraz zarządzania i organizacji w przemysłach kreatywnych;
CM_W08	ma zaawansowaną wiedzę o normach i regułach organizujących struktury i instytucje życia społecznego związane z przemysłami kreatywnymi, instytucjami medialnymi;
CM_W09	ma wiedzę o procesach zmian w zarządzaniu strukturami i instytucjami życia społecznego związanymi z mediami, komunikacją marek, procesem kreatywnym i projektowym, o przyczynach, przebiegu, skali i konsekwencjach tych zmian;
CM_W10	ma zaawansowaną wiedzę o stanowiskach i poglądach w naukach o komunikacji społecznej i mediach dotyczących przemysłów kreatywnych oraz rodzajach więzi społecznych i ich historycznej ewolucji;
CM_W11	zna i rozumie podstawowe pojęcia i zasady z zakresu ochrony własności przemysłowej i intelektualnej oraz prawa autorskiego i prawa mediów;
CM_W12	zna ogólne zasady funkcjonowania rynku pracy i działania na nim, uczestniczenia w różnych formach przedsiębiorczości, w tym tworzenia i rozwoju form indywidualnej działalności nadawczej, medialnej i organizacyjnej wykorzystującej wiedzę z zakresu nauk o komunikacji społecznej i mediach, wybrane zagadnienia z zakresu nauk o zarządzaniu i jakości oraz projektowania graficznego.
	<b>Umiejętności:</b>
CM_U01	potrafi prawidłowo interpretować zjawiska społeczne (społeczne, kulturowe, polityczne, prawne, ekonomiczne) związane z komunikacją profesjonalną, jej kreowaniem, zarządzaniem i procesem projektowym;
CM_U02	potrafi wykorzystać zaawansowaną wiedzę teoretyczną do szczegółowego opisu i praktycznego analizowania procesów i zjawisk społecznych, kulturowych, politycznych, prawnych i gospodarczych specyficznych dla obszaru komunikacji społecznej, public relations, brandingu, procesu projektowego i artystycznego;
CM_U03	potrafi właściwie analizować przyczyny i przebieg wybranych procesów i zjawisk społecznych, kulturowych, politycznych, prawnych i gospodarczych specyficznych dla obszaru komunikacji społecznej, public relations i brandingu, procesu projektowego i artystycznego;



Symbol efektu	ABSOLWENT(KA):
CM_U04	potrafi prognozować skutki konkretnych procesów i zjawisk (społecznych, kulturowych, politycznych, ekonomicznych) z wykorzystaniem metod i narzędzi właściwych dla nauk o komunikacji społecznej i mediach, wybranych metod i narzędzi z obszaru zarządzania marką i komunikacją oraz procesu projektowego;
CM_U05	poprawnie posługuje się systemami normatywnymi oraz wybranymi normami i regułami (prawnymi, zawodowymi, etycznymi) w celu rozwiązania konkretnych zadań z zakresu komunikacji społecznej, zarządzania marką, procesu projektowania graficznego i artystycznego;
CM_U06	posiada umiejętność rozumienia i analizowania zjawisk społecznych związanych z kreacją i zarządzaniem kontentem w mediach, marką i komunikacją, sektorem kreatywnym, projektowaniem graficznym i komunikacją wizualną;
CM_U07	potrafi wykorzystać zdobytą podczas studiów wiedzę i umiejętności praktyczne w działalności w obszarze komunikacji interpersonalnej, profesjonalnej komunikacji w sferze publicznej (dziennikarstwo, PR, kreacja);
CM_U08	potrafi analizować i oceniać efektywność zaproponowanych rozwiązań konkretnych problemów, proponuje odpowiednie rozstrzygnięcia i umie wdrażać wybrane przez siebie scenariusze postępowania w obszarze branding, zarządzania kontentem w mediach;
CM_U09	potrafi przygotowywać wypowiedzi ustne, pisemne, audiowizualne, wizualne i dźwiękowe dotyczące tematów dyskursu medialnego, marek, zarządzania komunikacją, kultury wizualnej, formułować poglądy, brać udział w dyskusji, prezentując różne stanowiska;
CM_U10	potrafi uczyć się przez całe życie, zwłaszcza pogłębiać wiedzę, umiejętności i kompetencje związane z komunikacją, profesjonalną komunikacją w sferze publicznej, zarządzania marką i kontentem i rozwijać wrażliwość twórczą i postawy kreatywne;
CM_U11	potrafi posługiwać się językiem obcym na poziomie B2 Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego.
	<b>Kompetencje społeczne:</b>
CM_K01	jest gotów(-owa), by współdziałać i współpracować w grupie, pełniąc w niej różne funkcje, zwłaszcza w kontekście aktywności związanej z zarządzaniem pracą własną i zespołową w obszarze branding, PR, projektowania graficznego;

Symbol efektu	ABSOLWENT(KA):
CM_K02	jest przygotowany(-na), by odpowiednio określać priorytety służące realizacji określonego przez siebie lub innych zadania, zwłaszcza w kontekście zarządzania komunikacją i marką, projektowania graficznego, komunikacji wizualnej oraz profesjonalnej komunikacji w sferze publicznej;
CM_K03	poprawnie definiuje i rozstrzyga dylematy etyczne poprzez odnoszenie się do zasad etyki zawodowej, dorobku i tradycji zawodów medialnych oraz rynku projektowania graficznego, troszcząc się o dziedzictwo kulturowe, jakość komunikacji, przekazów medialnych i działalności profesjonalnej;
CM_K04	jest gotów(-owa) uczestniczyć w przygotowaniu projektów (społecznych, politycznych, gospodarczych, obywatelskich), związanych z instytucjami medialnymi i nadawczymi oraz profesjonalnym komunikowaniem w sferze publicznej, uwzględniając aspekty prawne, ekonomiczne i kulturowe;
CM_K05	jest gotów(-owa) do rozwijania dialogu między twórczością projektową, technologią i potrzebami społecznymi z uwzględnieniem wymagań rynku komercyjnego, mediów i przemysłów kreatywnych, uwarunkowań społecznych i kluczowych wyzwań współczesnej cywilizacji;
CM_K06	jest gotów(-owa) myśleć i działać w sposób przedsiębiorczy, zwłaszcza na polu mediów, projektowania graficznego, zarządzania w przemysłach kreatywnych.
Symbol efektu kierunkowego tworzą: – literowy skrót oznaczenia kierunku studiów i podkreślnik – oznaczenie kierunku studiów, – litera W, U lub K – kategoria, odpowiednio: wiedza, umiejętności, kompetencje społeczne, – numer porządkowy nadawany w ramach kategorii.	



## 2. OPIS PROCESU PROWADZĄCEGO DO UZYSKANIA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

### 2.1. WSKAŹNIKI

2.1.1. LICZBA GODZIN I WSKAŹNIKI ZALEŻNE OD FORMY STUDIÓW	STUDIA STACJONARNE
liczba godzin w programie studiów – łącznie zajęcia i praktyki	2685 godzin
liczba godzin zajęć w programie studiów – tylko zajęcia, bez praktyk	1965 godzin
wymiar praktyk zawodowych	6 miesięcy, 28 punktów ECTS, 720 godzin
liczba godzin zajęć z wychowania fizycznego na studiach stacjonarnych	60 godzin, 0 punktów ECTS
liczba punktów ECTS, jaką student uzyskuje w ramach zajęć prowadzonych z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich lub innych osób prowadzących zajęcia	ponad 50% punktów ECTS
liczba punktów ECTS uzyskiwana w ramach kształcenia z wykorzystaniem metod i technik kształcenia na odległość	1 punkt ECTS

2.1.2. WSKAŹNIKI NIEZALEŻNE OD FORMY STUDIÓW	WSZYSTKIE STUDIA
łącna liczba punktów ECTS, jaką student musi uzyskać w ramach zajęć z <u>dziedziny nauk humanistycznych</u> – w przypadku kierunków studiów przyporządkowanych do dyscyplin w ramach dziedzin innych niż odpowiednio nauki humanistyczne lub nauki społeczne	9 punktów ECTS
łącna liczba punktów ECTS przyporządkowana zajęciom kształtującym umiejętności praktyczne	135 punktów ECTS
łącna liczba punktów ECTS przyporządkowana zajęciom do wyboru	74 punkty ECTS
udział godzin zajęć prowadzonych przez nauczycieli akademickich zatrudnionych w uczelni jako podstawowym miejscu pracy	co najmniej 50% godzin zajęć



### 3. ZAJĘCIA

#### 3.1. WYKAZ ZAJĘĆ

W programie studiów 135 punktów ECTS przeznaczonych jest na kształtowanie umiejętności praktycznych, zgodnie z praktycznym profilem studiów. Studenci realizują zajęcia zgodnie z poniższymi wymiarami.

Nazwa przedmiotu w kolejności alfabetycznej	Punkty ECTS	Punkty ECTS odp. profilowi studiów
Account Management & Client Service	2	2
AI – konteksty społeczne	3	
AI w zarządzaniu	2	2
Analityka internetowa	2	2
Analiza trendów	2	2
Brand behaviour	3	3
Brand communication	3	3
Brand design	3	3
Brand design – dźwięk	3	3
Brand design – obraz	3	3
Brand design – tekst	3	3
Communication design	3	3
Creative writing	1	1
Design współczesny	3	
Dyskursy wizualne	3	
Fakultet pracownia	6	6
Film	2	2
Fotografia	3	3
Historia designu	3	
Insight	3	3
Intermedia	3	
Język angielski 1	3	
Język angielski 2	3	
Język angielski 3	3	
Język angielski 4	3	
Komunikacja z klientem	3	3
Kultura popularna	3	
Media i marketing	3	3
Media studies	3	



Metody badań	3	
Narzędzia fakultatywne 1	2	2
Narzędzia fakultatywne 2	2	2
Narzędzia fakultatywne 3	2	2
Obrazy organizacji	3	
Onboarding	2	
Plener	3	3
Podstawy obrazowania	1	
Portfolio	3	3
Pracownia: Analityka komunikacji	6	6
Pracownia: Brand communication	6	6
Pracownia: Brand design	6	6
Praktyka zawodowa 1	12	12
Praktyka zawodowa 2	16	16
Prawo w sektorach kreatywnych	2	
Proces projektowy	3	3
Reklama i planowanie mediów	3	3
Sektory kreatywne	3	
Seminarium dyplomowe 1	8	
Seminarium dyplomowe 2	8	
Struktury wizualne	1	
Sustainable development	3	3
Teoria komunikacji	3	
Trening komunikacji i asertywności	2	
Trening kreatywności i krytycznego myślenia	2	
Trening współpracy zespołowej	2	
Trening wzmocnienia odporności psychicznej	2	
Zajęcia fakultatywne 1	3	3
Zajęcia fakultatywne 2	3	3
Zajęcia fakultatywne 3	3	3
Zajęcia fakultatywne 4	3	3
Zajęcia fakultatywne 5	3	3
Zajęcia fakultatywne 6	3	3
<b>RAZEM (łącznie punktów ECTS):</b>	<b>210</b>	<b>135</b>
<u>Wychowanie fizyczne</u> Na studiach stacjonarnych studenci realizują wychowanie fizyczne w wymiarze łącznym 60 godzin; 2 przedmioty zaplanowane są w dwóch kolejnych semestrach – po 30 godzin, po 0 punktów ECTS (zajęciom z wychowania fizycznego nie przypisuje się punktów ECTS).		



### 3.2. ZAJĘCIA Z DZIEDZIN NAUK HUMANISTYCZNYCH

Studenci realizują zajęcia z dziedziny nauk humanistycznych w wymiarze 9 punktów ECTS:

Nazwa przedmiotu w kolejności alfabetycznej	Punkty ECTS
Design współczesny	3
Historia designu	3
Kultura popularna	3
<b>RAZEM (łącznie punktów ECTS):</b>	<b>9</b>

### 3.3. ZAJĘCIA DO WYBORU

Za zajęcia wybieralne uznaje się:

Nazwa przedmiotu w kolejności alfabetycznej	Punkty ECTS
Fakultet pracownia	6
Narzędzia fakultatywne 1	2
Narzędzia fakultatywne 2	2
Narzędzia fakultatywne 3	2
Praktyka zawodowa 1	12
Praktyka zawodowa 2	16
Seminarium dyplomowe 1	8
Seminarium dyplomowe 2	8
Zajęcia fakultatywne 1	3
Zajęcia fakultatywne 2	3
Zajęcia fakultatywne 3	3
Zajęcia fakultatywne 4	3
Zajęcia fakultatywne 5	3
Zajęcia fakultatywne 6	3
<b>RAZEM (łącznie punktów ECTS):</b>	<b>74</b>

#### 4. OPIS SPOSOBÓW WERYFIKACJI EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

Osiągnięcie efektów uczenia się weryfikowane jest w procesie zaliczania poszczególnych zajęć na podstawie zadań określonych w sylabusach zajęć.

Metody weryfikacji efektów uczenia się przewidują ocenę zdolności zastosowania wiedzy i umiejętności w projektach praktycznych oraz ocenę kompetencji społecznych w trakcie procesu pracy projektowej.

W szczególności stosowane są następujące metody:

- praca pisemna;
- sprawdzian pisemny z pytaniami zamkniętymi;
- sprawdzian pisemny z pytaniami otwartymi;
- sprawdzian pisemny z pytaniami otwartymi i zamkniętymi;
- egzamin ustny;
- raport badawczy lub ekspercki;
- przygotowanie i przedstawienie prezentacji;
- przygotowanie i przeprowadzenie ćwiczenia/zadania;
- autorefleksja;
- projekt indywidualny;
- projekt zespołowy;
- praca zespołowa;
- zadanie problemowe;
- raport badawczy lub ekspercki;
- portfolio;
- praca w grupie w różnych rolach i komunikacji w grupie;
- omówienie projektu i jego jakości;
- prezentacja publiczna;
- rozwiązywanie problemów;
- dyskusje lub debaty.

## **5. PRAKTYKI ZAWODOWE**

Program studiów przewiduje praktyki zawodowe w wymiarze 6 miesięcy, łącznie 28 punktów ECTS i 720 godzin. Praktyki mogą być realizowane w częściach.

Praktyki zawodowe mają na celu uzyskanie przez studenta umiejętności i kompetencji pod opieką osoby zajmującej się wykonywaniem pracy związanej z efektami uczenia się oraz w realnych warunkach wykonywania takiej pracy. Zgodność charakteru wykonywanej pracy z założonymi dla praktyk efektami uczenia się jest sprawdzana przed ich realizacją, a osiągnięcie zatwierdzonych w ten sposób efektów jest warunkiem uzyskania zaliczenia przedmiotu.

Miejsca praktyk są dobierane przez uczelnię. Na wniosek studenta możliwe jest odbywanie praktyki indywidualnej w miejscu wybranym przez studenta, po uprzednim uzyskaniu zgody uczelni.

## **6. PRACA DYPLOMOWA**

Student wykonuje pracę dyplomową, która jest autorskim opracowaniem przeprowadzonych badań lub opracowaniem zagadnienia na podstawie literatury, studium przypadku lub ma charakter pracy projektowej.

Proces przygotowania pracy dyplomowej trwa 2 semestry.

## **7. EGZAMIN DYPLOMOWY**

Warunkiem ukończenia studiów jest złożenie egzaminu dyplomowego.