



PROGRAM STUDIÓW

OGÓLNA CHARAKTERYSTYKA	
nazwa kierunku studiów	komunikacja i media
poziom kształcenia	studia drugiego stopnia
profil kształcenia	praktyczny
prowadzone w siedzibie czy filii	w filii we Wrocławiu
tytuł zawodowy nadawany absolwentom	magister
forma lub formy studiów	studia stacjonarne i studia niestacjonarne
liczba semestrów konieczna do ukończenia studiów	4 semestry
liczba punktów ECTS konieczna do ukończenia studiów	120 punktów ECTS
liczba godzin w programie studiów – łącznie za zajęcia i praktyki (największa)	1330 godzin
liczba godzin zajęć w programie studiów – tylko zajęcia, bez praktyk (największa)	850 godzin
wymiar praktyk zawodowych	480 godzin, 16 punktów ECTS
język wykładowy	język polski
rok rozpoczęcia cyklu kształcenia	2026/2027

SPIS TREŚCI

OGÓLNA CHARAKTERYSTYKA	1
1. EFEKTY UCZENIA SIĘ	3
2. OPIS PROCESU PROWADZĄCEGO DO UZYSKANIA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ	7
2.1. WSKAŹNIKI	7
2.1.1. LICZBA GODZIN I WSKAŹNIKI ZALEŻNE OD FORMY ZAJĘĆ	7
2.1.2. WSKAŹNIKI NIEZALEŻNE OD FORMY ZAJĘĆ	7
3. WYKAZ ZAJĘĆ	8
3.1. ZAJĘCIA DO WYBORU	9
3.2. ZAJĘCIA SPECJALNOŚCIOWE	9
4. OPIS SPOSOBÓW WERYFIKACJI EFEKTÓW UCZENIA SIĘ	11
5. PRAKTYKI ZAWODOWE	11
6. PRACA DYPLOMOWA	12
7. EGZAMIN DYPLOMOWY	12



1. EFEKTY UCZENIA SIĘ

Absolwent studiów uzyskuje kwalifikację pełną na poziomie 7 Polskiej Ramy Kwalifikacji.

Efekty uczenia się odnoszą się do następujących dyscyplin:

nauki o komunikacji społecznej i mediach (dziedzina nauk społecznych) – dyscyplina wiodąca	70% punktów ECTS
nauki o zarządzaniu i jakości (dziedzina nauk społecznych)	30% punktów ECTS

Symbol efektu	ABSOLWENT:
	Wiedza:
KIM2_W01	ma pogłębioną wiedzę o naukach o komunikacji społecznej i mediach, zwłaszcza komunikacji wizualnej, projektowaniu komunikacji i komunikowaniu wizerunku;
KIM2_W02	ma pogłębioną wiedzę o rodzajach struktur i instytucji społecznych oraz zna i rozumie uwarunkowania funkcjonowania jednostki i organizacji wynikające z otoczenia ekonomicznego, polityczno-prawnego, społeczno-kulturowego, technologicznego i międzynarodowego oraz relacji zachodzących między tymi strukturami i instytucjami;
KIM2_W03	ma pogłębioną wiedzę obejmującą wybrane koncepcje i zagadnienia z zakresu nauk o zarządzaniu i jakości oraz szczegółową wiedzę w zakresie wybranych aspektów jej funkcjonowania w odniesieniu do obszarów komunikacji wizualnej, projektowania komunikacji i komunikowania wizerunku;
KIM2_W04	ma pogłębioną wiedzę o różnych rodzajach więzi społecznych w zakresie komunikacji wizualnej, projektowania komunikacji i komunikowania wizerunku;
KIM2_W05	ma pogłębioną wiedzę na temat fundamentalnych wyzwań i zmian cywilizacyjnych związanych z komunikacją i mediami. Rozumie wpływ tych wyzwań i zmian na branżę i przemysł kreatywne;
KIM2_W06	ma pogłębioną wiedzę o człowieku jako twórcy kultury, zwłaszcza w zakresie komunikacji wizualnej i projektowania komunikacji oraz komunikowania wizerunku;
KIM2_W07	ma pogłębioną wiedzę o metodach i technikach projektowania zmian, zarządzania i przewodzenia im, ich ewolucji i możliwości ich wykorzystania w różnych typach organizacji, zarządzaniu pracą własną i grupową oraz w pracy z klientem;



Symbol efektu	ABSOLWENT:
KIM2_W08	zna w sposób pogłębiony wybrane metody i narzędzia opisu odpowiednie dla nauk o komunikacji społecznej i mediach, zwłaszcza komunikacji wizualnej oraz projektowania komunikacji i komunikowania wizerunku, a także techniki pozyskiwania danych, pozwalające opisywać struktury i instytucje społeczne oraz procesy w nich i między nimi zachodzące w zakresie wybranych obszarów przemysłów kreatywnych, mediów, komunikacji wizualnej, komunikowania wizerunku;
KIM2_W09	ma pogłębioną wiedzę o wybranych systemach norm i reguł (prawnych, organizacyjnych, zawodowych, moralnych, etycznych) organizujących struktury i instytucje społeczne w wybranych obszarach przemysłów kreatywnych, instytucji komunikacji profesjonalnej i mediów;
KIM2_W10	zna i rozumie w stopniu zaawansowanym pojęcia i zasady z zakresu ochrony własności przemysłowej i prawa autorskiego oraz zarządzania zasobami własności intelektualnej w odniesieniu do działalności kreatywnej, komunikacji wizualnej, projektowania i kreowania komunikacji oraz komunikowania wizerunku;
KIM2_W11	ma pogłębioną wiedzę o zasadach tworzenia i rozwoju indywidualnej i grupowej przedsiębiorczości, w tym o procesach komercjalizacji w obszarach przemysłów kreatywnych, instytucji medialnych oraz o zasadach pracy z klientem.
	Umiejętności:
KIM2_U01	potrafi prawidłowo interpretować i wyjaśniać różne zjawiska społeczne oraz relacje między nimi z zakresu komunikacji wizualnej, projektowania komunikacji i komunikowania wizerunku;
KIM2_U02	potrafi opisywać, wyjaśniać i prognozować działania organizacji w zmiennym, złożonym i niejednoznacznym kontekście lokalnym, międzynarodowym i globalnym;
KIM2_U03	potrafi wykorzystać wiedzę teoretyczną do szczegółowego opisu przyczyn i przebiegu zjawisk społecznych z zakresu komunikacji wizualnej, projektowania komunikacji i komunikowania wizerunku, a także wykorzystać te opisy w codziennej pracy;
KIM2_U04	potrafi formułować opinie na temat wyzwań zawodowych, dobierać do tych opinii krytycznie dane i metody analizy, współpracować z otoczeniem przy rozwiązywaniu problemów i dylematów zawodowych w zakresie komunikacji i zarządzania;
KIM2_U05	potrafi stawiać poprawne hipotezy związane z problemami wdrożeniowymi i je weryfikować, wykorzystując do tego metody i techniki właściwe dla przemysłów kreatywnych, komunikacji wizualnej, projektowania komunikacji, w tym zaawansowane techniki informacyjno-komunikacyjne;
KIM2_U06	posiada pogłębioną umiejętność posługiwania się systemami normatywnymi oraz normami i regułami (prawnymi, zawodowymi, etycznymi) w działalności zawodowej w obszarze komunikacji wizualnej, projektowania komunikacji i komunikowania wizerunku;



Symbol efektu	ABSOLWENT:
KIM2_U07	posiada pogłębioną umiejętność zarządzania pracą własną i grupową, zarządzania pracą zespołu kreatywnego oraz zespołu interdyscyplinarnego, zwłaszcza w celu rozwiązywania problemów praktycznych;
KIM2_U08	posiada umiejętność samodzielnego proponowania rozwiązań danego problemu, podejmowania rozstrzygnięć oraz wdrażania rozwiązań w zakresie aktywności powiązanych z komunikacją wizualną, projektowaniem komunikacji i komunikowaniem wizerunku oraz zarządzaniem pracą własną i grupową;
KIM2_U09	potrafi zaprojektować i wdrożyć zmiany (w tym innowacje) zarówno w warunkach normalnych, jak i kryzysowych, wyznaczać cele i tworzyć strategię działania, uwzględniając złożoność relacji i struktur organizacji oraz przewidując skutki planowanych działań;
KIM2_U10	potrafi porozumiewać się na tematy związane z komunikacją społeczną i mediami, zwłaszcza komunikacją wizualną, projektowaniem komunikacji i komunikowaniem wizerunku ze zróżnicowanymi kręgami odbiorców językiem biznesowym;
KIM2_U11	potrafi prowadzić i uczestniczyć w debacie na tematy związane z komunikacją społeczną i mediami, zwłaszcza komunikacją wizualną, projektowaniem komunikacji i komunikowaniem wizerunku;
KIM2_U12	wykorzystując wiedzę z zakresu zarządzania, potrafi współdziałać z innymi osobami w ramach prac zespołowych i podejmować wiodącą rolę w zespołach kreatywnych;
KIM2_U13	potrafi posługiwać się językiem angielskim na poziomie B2+ Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego z użyciem terminologii osadzonej w poszerzonym kontekście nauk o komunikacji społecznej i mediach oraz nauk o zarządzaniu i jakości.
	Kompetencje społeczne:
KIM2_K01	jest gotów do uczenia się przez całe życie, inspirowania i organizowania procesu uczenia się innych osób. Śledzi i krytycznie analizuje najnowsze trendy w wybranych obszarach przemysłów kreatywnych, w zakresie komunikacji wizualnej, projektowania komunikacji i komunikowania wizerunku oraz prowadzenia działalności gospodarczej w tych obszarach;
KIM2_K02	jest gotów do współpracy w grupie, przyjmując w niej różne role, w tym rolę menadżera oraz rolę lidera. Poddaje krytycznej refleksji przebieg procesów grupowych;
KIM2_K03	krytycznie ocenia posiadaną wiedzę i odbierane treści w zakresie komunikacji medialnej, komunikacji wizualnej, kreowania komunikacji i mediów, projektowania komunikacji i komunikowania wizerunku. Projektując praktyczne rozwiązania, korzysta z wiedzy opartej na dowodach oraz zasięga opinii ekspertów danego obszaru;



Symbol efektu	ABSOLWENT:
KIM2_K04	prawidłowo identyfikuje i rozstrzyga dylematy etyczne związane z wykonywaniem zawodu w wybranych obszarach przemysłów kreatywnych, komunikacji medialnej, komunikacji wizualnej, projektowania komunikacji i komunikowania wizerunku oraz zarządzania organizacją typu medialnego;
KIM2_K05	jest gotów do kreatywnego i świadomego uczestnictwa w przygotowaniu projektów społecznych, przewidywania oraz analizowania skutków społecznych swojej działalności zorientowanej na różne grupy odbiorców oraz odpowiedzialnego zarządzania organizacją w obszarze przemysłów kreatywnych, komunikacji wizualnej, projektowania komunikacji i komunikowania wizerunku;
KIM2_K06	uznaje znaczenie dorobku przedstawicieli zawodów związanych z komunikacją wizualną, projektowaniem komunikacji i komunikowaniem wizerunku oraz dąży do rozwoju tego dorobku;
KIM2_K07	podtrzymuje etos zawodów związanych z komunikacją wizualną, projektowaniem komunikacji i komunikowaniem wizerunku. Czerpie z doświadczenia i dzieli się najlepszymi rozwiązaniami w wybranej przez siebie profesji;
KIM2_K08	jest gotów do myślenia i działania w sposób przedsiębiorczy, uwzględniając kontekst społeczny, kulturowy i organizacyjny.
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 ZAJĘĆ	STUDIA STACJONARNE	STUDIA NIESTACJONARNE
liczba godzin w programie studiów – łącznie zajęcia i praktyki	1330 godzin	1001 godzin
liczba godzin zajęć w programie studiów – tylko zajęcia, bez praktyk	850 godzin	521 godzin
wymiar praktyk zawodowych	3 miesiące, 16 punktów ECTS, 480 godzin	3 miesiące, 16 punktów ECTS, 480 godzin
liczba punktów ECTS, jaką student uzyskuje w ramach zajęć prowadzonych z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich lub innych osób prowadzących zajęcia	75 punktów ECTS	75 punktów ECTS
liczba punktów ECTS uzyskiwana w ramach kształcenia z wykorzystaniem metod i technik kształcenia na odległość	0 punktów ECTS	0 punktów ECTS

2.1.2. WSKAŹNIKI NIEZALEŻNE OD FORMY ZAJĘĆ	WSZYSTKIE STUDIA
łączna liczba punktów ECTS, jaką student musi uzyskać w ramach zajęć <u>z dziedziny nauk humanistycznych lub nauk społecznych</u> – w przypadku kierunków studiów przyporządkowanych do dyscyplin w ramach dziedzin innych niż odpowiednio nauki humanistyczne lub nauki społeczne	min. 5 punktów ECTS
łączna liczba punktów ECTS przyporządkowana zajęciom kształtującym umiejętności praktyczne	77 punktów ECTS
łączna liczba punktów ECTS przyporządkowana zajęciom do wyboru	67 punktów ECTS
udział godzin zajęć prowadzonych przez nauczycieli akademickich zatrudnionych w uczelni jako podstawowym miejscu pracy	co najmniej 50% godzin zajęć



3. WYKAZ ZAJĘĆ

Studenci realizują zajęcia zgodnie z poniższymi wymiarami.

Nazwa przedmiotu w kolejności alfabetycznej	Punkty ECTS	Punkty ECTS odp. profilowi studiów
Creative Coding	3	3
Diagnostyka komunikacji	3	3
English in Creative Industries 1	3	3
English in Creative Industries 2	3	3
Experience Design	2	2
Ideacja	6	
Immersive Media	3	3
Komercjalizacja i upowszechnienie	3	3
Metodologie badań mediów i komunikacji	3	3
Miasto kreatywne	3	3
Praktyki zawodowe 1	4	4
Praktyki zawodowe 2	4	4
Praktyki zawodowe 3	4	4
Praktyki zawodowe 4	4	4
Project in English	3	3
Proseminarium	2	
Prototypowanie	6	
Seminarium magisterskie 1	6	
Seminarium magisterskie 2	7	
Społeczne konteksty technologii (AI)	3	
Teoria i praktyka projektowania systemowego	4	
Teorie zmiany społecznej	3	3
Zajęcia specjalnościowe	34	25
Zarządzanie różnorodnością	4	4
RAZEM:	120	77



3.1. ZAJĘCIA DO WYBORU

Za zajęcia wybieralne uznaje się poniższe przedmioty w wymiarze łącznym 67 punktów ECTS.

Nazwa przedmiotu w kolejności alfabetycznej	Punkty ECTS
Experience Design	2
Praktyki zawodowe 1	4
Praktyki zawodowe 2	4
Praktyki zawodowe 3	4
Praktyki zawodowe 4	4
Proseminarium	2
Seminarium magisterskie 1	6
Seminarium magisterskie 2	7
Zajęcia specjalnościowe	34
RAZEM (łącznie punktów ECTS):	67

3.2. ZAJĘCIA SPECJALNOŚCIOWE

Studenci realizują zajęcia specjalnościowe w kolejnych semestrach, w wymiarze:

Semestr realizacji	łącznie wymiar punktów ECTS
semestr 1	13
semestr 2	13
semestr 3	8
RAZEM:	34

Specjalności na kierunku studiów:

- Kreowanie mediów
- Komunikacja wizualna



Studenci realizują zajęcia specjalnościowe zgodnie z poniższymi wymiarami:		
Specjalność	Nazwa przedmiotu w kolejności alfabetycznej	Punkty ECTS
Kreowanie mediów	Analiza semiotyczna	3
	Brand and Media Experience	3
	Communication Management	4
	Kreacja audiowizualna	3
	Marketing and Media Management	3
	Przedmiot do wyboru 1	3
	Przedmiot do wyboru 2	4
	Przedmiot do wyboru 3	4
	Przemiany kultury: perspektywa globalna	4
	Teorie komunikacji: perspektywa interdyscyplinarna	3
	RAZEM:	34
Komunikacja wizualna	Alternatywne doktryny projektowe	3
	Co-design	3
	Dyskursy wizualne	3
	E-publishing	4
	Planowanie i organizacja projektu	4
	Przedmiot do wyboru 1	3
	Przedmiot do wyboru 2	4
	Przedmiot do wyboru 3	4
	Social Design	3
	Systemy wizualne	3
	RAZEM:	34

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:

- Do oceny wiedzy:
 - praca pisemna;
 - sprawdzian pisemny, także w formie testu z wyborem odpowiedzi;
 - sprawdzian ustny;
 - przygotowanie i przedstawienie prezentacji.
- Do oceny umiejętności:
 - przygotowanie i przedstawienie prezentacji;
 - przygotowanie i przeprowadzenie ćwiczenia/zadania;
 - projekt indywidualny;
 - projekt grupowy.
- Do oceny kompetencji społecznych:
 - praca w grupie w różnych rolach i komunikacji w grupie;
 - omówienie projektu i jego jakości;
 - rozwiązywanie problemów;
 - dyskusje.

5. PRAKTYKI ZAWODOWE

Program studiów przewiduje praktyki zawodowe w wymiarze 3 miesięcy, łącznie 16 punktów ECTS i 480 godzin dydaktycznych. 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 i interpretacją danych z przeprowadzonych badań własnych, studium przypadku lub zagadnienia na podstawie literatury zmierzającym do zaproponowania nowatorskiego rozwiązania praktycznego, autorskim projektem uzupełnionym o opracowanie teoretyczne i metodologiczne. Praca dyplomowa powinna mieć charakter aplikacyjny, może powstać jako praca wdrożeniowa z udziałem podmiotów zewnętrznych, w tym jako praca o charakterze dualnym, w której w procesie dyplomowania może brać udział reprezentant otoczenia społeczno-gospodarczego jako promotor pomocniczy. Proces przygotowania pracy dyplomowej trwa 2 semestry.

7. EGZAMIN DYPLOMOWY

Warunkiem ukończenia studiów jest złożenie egzaminu dyplomowego.