Uniwersytet Dolnośląski DSW

UNIWERSYTET DOLNOŚLĄSKI UW DSW WE WROCŁAWIU
WYDZIAŁ STUDIÓW STOSOWANYCH

PROGRAM STUDIÓW
NA KIERUNKU
KOMUNIKACJA WIZERUNKOWA
STUDIA PIERWSZEGO STOPNIA
PROFIL: PRAKTYCZNY

obowiązujący dla cyklu
rozpoczynającego się w roku akademickim
2026/2027

Uniwersytet Dolnośląski DSW

Spis treści

I. Ogólna charakterystyka prowadzonych studiów ... 3
1. Informacje ogólne ... 3
2. Wymagania wstępne (kompetencje kandydata) ... 3
3. Zasady rekrutacji i szczegółowy opis wymagań dla kandydatów na studia ... 3
4. Przyporządkowanie programu studiów dla kierunku do dyscyplin oraz procentowy udział liczby punktów ECTS każdej z tych dyscyplin w liczbie punktów ECTS koniecznej do ukończenia studiów na ocenianym kierunku na danym poziomie, ze wskazaniem dyscypliny wiodącej. ... 4
5. Podstawowe wskaźniki ECTS określone dla programu studiów ... 4
6. Sylwetka absolwenta ... 5
II. Program studiów ... 6
1. Wskazanie związku kierunku studiów z misją i strategią rozwoju Uczelni ... 6
2. Wskazanie potrzeb społeczno-gospodarczych utworzenia studiów oraz zgodności efektów uczenia się z tymi potrzebami ... 7
3. Ogólne cele kształcenia ... 7
4. Tabela odniesień efektów kierunkowych uczenia się do charakterystyk kompetencji uniwersalnych Zintegrowanego Systemu Kwalifikacji oraz charakterystyk drugiego stopnia efektów uczenia się dla kwalifikacji na poziomach 6-7 Polskiej Ramy Kwalifikacji ... 8
5. Tabela pokrycia charakterystyk kompetencji uniwersalnych Zintegrowanego Systemu Kwalifikacji oraz charakterystyk drugiego stopnia efektów uczenia się dla kwalifikacji na poziomach 6 Polskiej Ramy Kwalifikacji przez kierunkowe efekty uczenia się ... 10
III. Plan studiów ... 12
1. Struktura planu studiów ... 12
2. Stosowane sposoby metody dydaktyczne oraz weryfikacji i oceny efektów uczenia się osiąganych przez studenta w trakcie całego cyklu kształcenia ... 12
3. Wykaz przedmiotów do wyboru pozwalających na stwierdzenie, że program studiów umożliwia studentowi wybór modułów w wymiarze nie mniejszym niż 30% punktów ECTS ... 13
4. Wymiar, zasady i formy odbywania praktyk zawodowych ... 15
IV. Dodatkowe dokumenty do programu studiów ... 19
1. System ECTS ... 19
Treści modułów: ... 20
2. Załączniki do programu studiów ... 21
Załącznik 1. Plany studiów ... 21
Załącznik 2. Sumaryczne wskaźniki ECTS ... 21

I. Ogólna charakterystyka prowadzonych studiów

1. Informacje ogólne

Nazwa kierunku studiów	***Komunikacja wizerunkowa***	
Poziom studiów	studia pierwszego stopnia	
Poziom kwalifikacji	Poziom VI Polskiej Ramy Kwalifikacyjnej	
Profil kształcenia	praktyczny	
Forma studiów	stacjonarne / niestacjonarne	
Kod ISCED	0321	
Liczba semestrów konieczna do ukończenia studiów na ocenianym kierunku na danym poziomie	6 semestrów	
Liczba punktów ECTS konieczna do ukończenia studiów na ocenianym kierunku na danym poziomie	180	
Łączna liczba godzin zajęć	stacjonarne 2702	niestacjonarne 2002
Wymiar praktyk zawodowych	960	
Język, w którym prowadzone są zajęcia	polski	
Tytuł zawodowy uzyskiwany przez absolwenta	licencjat	
Uzyskiwane uprawnienia zawodowe	Brak	

2. Wymagania wstępne (kompetencje kandydata)

Podstawą przyjęcia na studia pierwszego stopnia są pozytywne wyniki egzaminu maturalnego lub egzaminu dojrzałości albo pozytywne wyniki egzaminu zagranicznego lub pozytywne wyniki kształcenia, potwierdzone dokumentem, o którym mowa w art. 69 ust. 2 pkt 4-7 ustawy z dnia 20 lipca 2018 r. – Prawo o szkolnictwie wyższym i nauce (Dz.U. 2023 poz. 742 t.j.).

Od kandydatów na studia oczekuje się posiadania kompetencji informatycznych wynikających z Podstawy programowej kształcenia ogólnego dla szkół ponadpodstawowych w kategorii Informatyka, w tym głównie posługiwania się komputerem, urządzeniami cyfrowymi i sieciami komputerowymi, co umożliwia realizację zajęć z wykorzystaniem technik na odległość. Dla studentów, którzy nie posiadają komputera lub dostępu do Internetu Uczelnia zapewnia dostęp do komputera w czytelni, gdzie studenci mogą uczestniczyć w zajęciach z wykorzystaniem technik na odległość.

Oczekuje się również posiadania kompetencji językowych w zakresie języka obcego nowożytnego wynikających z Podstawy programowej kształcenia ogólnego dla szkół ponadpodstawowych w kategorii język obcy nowożytny.

3. Zasady rekrutacji i szczegółowy opis wymagań dla kandydatów na studia

Zasady rekrutacji i szczegółowy opis wymagań dla kandydatów na studia reguluje Uchwała Senatu Uniwersytetu Dolnośląskiego UW DSW we Wrocławiu w sprawie zasad przyjęć na studia wyższe na Uniwersytecie Dolnośląskim UW DSW w danym roku akademickim.

4. Przyporządkowanie programu studiów dla kierunku do dyscyplin oraz procentowy udział liczby punktów ECTS każdej z tych dyscyplin w liczbie punktów ECTS koniecznej do ukończenia studiów na ocenianym kierunku na danym poziomie, ze wskazaniem dyscypliny wiodącej.

Nazwa dyscypliny wiodącej, do której został przyporządkowany kierunek:

Nazwa dyscypliny wiodącej	**Punkty ECTS**	
	liczba	**%**
Nauki o komunikacji społecznej i mediach	180	100

5. Podstawowe wskaźniki ECTS określone dla programu studiów

Nazwa wskaźnika	**Liczba punktów ECTS/Liczba godzin**	
	stacjonarne	**niestacjonarne**
Łączna liczba punktów ECTS, jaką student musi uzyskać w ramach zajęć prowadzonych z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich lub innych osób prowadzących zajęcia	97,6	72
Łączna liczba punktów ECTS przyporządkowana zajęciom kształtującym umiejętności praktyczne	138,7	138,4
Łączna liczba punktów ECTS, jaką student musi uzyskać w ramach zajęć z dziedziny nauk społecznych - w przypadku kierunków studiów przyporządkowanych do dyscyplin w ramach dziedzin innych niż odpowiednio nauki społeczne	Nie dotyczy	Nie dotyczy
Łączna liczba punktów ECTS, jaką student musi uzyskać w ramach zajęć z dziedziny nauk humanistycznych - w przypadku kierunków studiów przyporządkowanych do dyscyplin w ramach dziedzin innych niż odpowiednio nauki humanistyczne	10	10
Łączna liczba punktów ECTS przyporządkowana zajęciom do wyboru	66	66
Łączna liczba punktów ECTS przyporządkowana praktykom zawodowym	38	38
W przypadku stacjonarnych studiów pierwszego stopnia i jednolitych studiów magisterskich liczba godzin zajęć z wychowania fizycznego.	60h	Nie dotyczy
W przypadku prowadzenia zajęć z wykorzystaniem metod i technik kształcenia na odległość:		
Łączna liczba godzin zajęć określona w programie studiów na studiach stacjonarnych / Łączna liczba godzin zajęć prowadzonych z wykorzystaniem metod i technik kształcenia na odległość.	2702/190	2002/190

6. Sylwetka absolwenta

Absolwent studiów pierwszego stopnia o profilu praktycznym na kierunku Komunikacja wizerunkowa posiada wszechstronną wiedzę teoretyczną i praktyczną z zakresu komunikacji społecznej oraz rynku mediów. Posiada też umiejętność analizy społecznych i kulturowych trendów funkcjonowania środków i narzędzia komunikowania oraz ich wpływu na kształtowanie rzeczywistości społecznej i kulturowej. Dzięki temu jest w stanie krytycznie oceniać przekazy nastawione na kreację wizerunku i ich wpływ na odbiorców. Jego znajomość specyfiki różnych kanałów komunikacji oraz umiejętność krytycznej analizy pozwala mu na efektywne tworzenie kontentu, który skutecznie dotrze do różnych grup odbiorców. Ponadto, jego orientacja w podstawowych zasadach prawa mediów umożliwia mu działanie z poszanowaniem obowiązujących norm prawnych.

Absolwent posiada również podstawową wiedzę na temat rynku mediów i mechanizmów rządzących polityką, co sprawia, że jest świadomy kontekstu politycznego, w jakim funkcjonują media oraz relacji między mediami a władzą. Dzięki temu może efektywnie analizować i interpretować informacje polityczne, jak również angażować się w działania związane z komunikacją polityczną i marketingiem politycznym. Ponadto absolwent ma wiedzę dotyczącą sztucznej inteligencji oraz potrafi przewidzieć trendy jej rozwoju. Potrafi zaplanować swoją karierę zawodową, biorąc pod uwagę dynamicznie zmieniające się kierunki rynkowe w dziedzinie technologicznej oraz preferencje odbiorców mediów. Po studiach operuje specjalistycznym językiem branżowym adekwatnie do potrzeb, rozwija również znajomość języka obcego ze szczególną dedykacją słownictwa branżowego, uzyskując poziom B2 Europejskiego Systemu Kształcenia Językowego.

Absolwent kierunku Komunikacja wizerunkowa wyróżnia się nie tylko teoretyczną wiedzą, ale także praktycznym doświadczeniem zdobytym podczas Praktyk Zawodowych, które stanowią istotny element programu studiów. W trakcie tych praktyk, skoncentrowanych na konkretnej specjalności, student rozwija swoje umiejętności zawodowe, wykorzystując wiedzę zdobytą podczas zajęć dydaktycznych. Dzięki temu zdobywa nie tylko praktyczną, ale również społeczną kompetencję, istotną w pracy w branży wizerunkowej. Podczas praktyk, student ma okazję zapoznać się z różnymi instytucjami branżowymi, takimi jak redakcje, portale, domy mediowe, agencje reklamowe czy działy PR. Zyskuje wgląd w ich funkcjonowanie oraz praktyczne aspekty tworzenia i dystrybucji projektów wizerunkowych. Ponadto, zdobywa wiedzę na temat pozycji społecznej tych instytucji oraz sposobów budowania relacji z interesariuszami zewnętrznymi. Czterosemestralne praktyki pozwalają absolwentowi wejść na rynek pracy. Dzięki praktycznemu doświadczeniu i zdobytym umiejętnościom, absolwent jest gotowy do podejmowania wyzwań zawodowych w różnych obszarach branży wizerunkowej np. public relations czy marketing wizerunkowy. Jego praktyczne kompetencje i znajomość realiów działania w mediach stanowią solidną podstawę dla efektywnej kariery zawodowej w dziedzinie komunikacji wizerunkowej.

Dzięki zdobytym umiejętnościom i wiedzy, absolwent jest przygotowany do pracy w różnorodnych obszarach związanych z komunikacją, AI oraz VR, mediami oraz polityką, takimi jak public relations, badania opinii publicznej, doradztwo polityczne, branding przedsiębiorstw i osób. Może również zatrudnić się w działach komunikacji korporacyjnej, agencjach reklamowych, szeroko rozumianych mediach, również internetowych i społecznościowych. Jego umiejętności mogą być wykorzystywane zarówno w sektorze publicznym, jak i prywatnym, a także w organizacjach pozarządowych czy instytucjach międzynarodowych. Na szczególne podkreślenie zasługują zdobyte umiejętności i wiedza

z tym związana na temat niezwykle nośnych elementów działań marki, jak organizacja eventów rozmaitego rodzaju i skali, jak i współtworzenie działań w dłuższych procesach, jak kampanie wizerunkowe, informacyjne i marketingowe.

Praktyczny profil studiów, dominacja praktycznych specjalności oraz rozmiar praktyk zawodowych przygotowuje absolwenta do podjęcia pracy zawodowej, ale także do podjęcia studiów drugiego stopnia.

II. Program studiów

1. Wskazanie związku kierunku studiów z misją i strategią rozwoju Uczelni

Przy formułowaniu koncepcji kształcenia na kierunku Komunikacja wizerunkowa, studiów pierwszego stopnia o profilu praktycznym uwzględniono *Strategię Dolnośląskiej Szkoły Wyższej na lata 2022-2025 z perspektywą do 2030 roku*, zasoby i możliwości jej realizacji, potrzeby rynku pracy oraz otoczenia społeczno-gospodarczego, obowiązujące regulacje prawne i wzorce międzynarodowe, a także opinie interesariuszy zewnętrznych jak i wewnętrznych.

Program studiów na kierunku jest spójny z misją i strategią Uczelni. Misją UW DSW jest to, by Uczelnia była Miejscem dla Ciebie, w którym łączymy ludzi, kształcimy praktycznie i realizujemy pasje. Zakłada bowiem realizację kształcenia w oparciu między innymi o specjalistów z zakresu komunikacji wizerunkowej, komunikacji marketingowej oraz ekspertów rynku medialnego, którzy dzielą się swoim doświadczeniem, umiejętnościami i pasją. Partycypacja i współpraca studentów oraz pracowników, praktyczność i otwartość na otoczenie rynkowe, kreatywność w realizacji zadań są wartościami przyświecającymi kształceniu na kierunku. Organizacja takiego modelu kształcenia łączy zewnętrznych interesariuszy ze studentami i ma szansę owocować w przyszłości wspólnymi wyzwaniami nawet po zakończeniu studiów.

Praktyczny profil studiów pierwszego stopnia *komunikacji wizerunkowej* jest ofertą edukacyjną realizującą misję i wizję UD DSW, między innymi praktyczność i akademickość, dwa istotne elementy modelu PUMA. Integracja działalności naukowej z praktycznością profilu studiów buduje jakość dydaktyczną pozwalającą wprowadzać do programu kształcenia najnowszych osiągnięć badawczych z dyscypliny komunikacji społecznej i mediów w pragmatycznym wymiarze.

Modernizacja bazy dydaktycznej, szczególnie pracowni medialnych, realizuje wizję Uczelni, która brzmi: „W przyjaznej przestrzeni wspólnie rozwijamy usługę edukacyjną opartą na wiedzy, najlepszej praktyce i nowoczesnej technologii.”. Program studiów zakłada w ramach grup zajęć realizację różnych projektów medialnych, do realizacji których będą wykorzystywane nowoczesnej technologie. Podmiotowość w traktowaniu studenta oraz potrzeby społeczno-gospodarcze rynku medialnego i branży z zakresu komunikacji wizerunkowej zakłada systematyczną aktualizację w ofercie grup zajęć kształcenia specjalnościowego w kolejnych latach. Synchronizacja oczekiwań kandydatów z rynkowymi potrzebami branży medialnej jest podstawowym kryterium przyszłej aktualizacji i zmian oferty grup zajęć specjalnościowych.

Praktyczny profil kształcenia na kierunku *Komunikacja wizerunkowa* powoduje organizację dydaktyki z wykorzystaniem specjalistycznych pracowni: telewizyjnej, radiowej, fotograficznej, komputerowej, VR, zatrudnianiu w roli wykładowców praktyków z dziedziny mediów z wieloletnim

doświadczeniem zawodowym, specjalistów od kreowania wizerunku marek, czy komunikacji marketingowej, odbywaniem przez cztery semestry praktyk zawodowych w rożnych instytucjach działających w branży medialnej i PR oraz działach komunikacji medialnej różnych organizacji. Program studiów Komunikacji wizerunkowej jest i będzie konsultowany ze specjalistami związanymi na co dzień z firmami działającymi w zakresie komunikacji wizerunkowej.

Biuro Karier i Praktyk znacząco wspiera studentów i absolwentów kierunku w kojarzeniu ich z rynkiem pracy realizując staże studenckie, podpisując porozumienia z instytucjami przyjmującymi na praktykę, czy monitorując losy absolwentów kierunku. Działania Biura poszerzają programowe działania Uczelni o wsparcie poza klasycznymi zajęciami dydaktycznymi na rzecz wypracowania pozycji na rynku pracy przez studentów i absolwentów kierunku.

2. Wskazanie potrzeb społeczno-gospodarczych utworzenia studiów oraz zgodności efektów uczenia się z tymi potrzebami

Studia na kierunku Komunikacja wizerunkowa odpowiadają na dynamiczne potrzeby rynku mediów i produkcji, zarówno na poziomie lokalnym, regionalnym, jak i krajowym. Ich celem jest przygotowanie absolwentów do praktycznych wyzwań branży medialnej, dostarczając im cenione przez pracodawców wiedzę i umiejętności. Dynamiczne zmiany technologiczne w obszarze mediów wymuszają ciągłe dostosowywanie się do oczekiwań interesariuszy zewnętrznych wobec kwalifikacji absolwentów. Rynek mediów, zwłaszcza informacyjnych, nieustannie się rozwija. Media branżowe oraz tematyczne zajmują stabilną pozycję na rynku, co generuje zapotrzebowanie na specjalistów ukierunkowanych na konkretne branże. Wzrost zapotrzebowania obserwuje się szczególnie w obszarach specjalizujących się w tworzeniu treści dedykowanych różnym rodzajom mediów, jak również w produkcji materiałów audiowizualnych czy treści dla mediów społecznościowych. Stały rozwój komunikacji wizerunkowej i reklamowej przekłada się na potrzebę posiadania specjalistów zdolnych do tworzenia dedykowanego contentu medialnego. Warto podkreślić, że rozwój technologii sztucznej inteligencji stanowi dodatkowe wyzwanie dla otoczenia społeczno-gospodarczego, wymagając od absolwentów posiadania odpowiednich kompetencji w obszarze nowoczesnych narzędzi komunikacyjnych.

Efekty uczenia się kierunku *komunikacja wizerunkowa* są zorientowane na powyższe potrzeby, szczególnie na praktyczne umiejętności związane z tworzeniem różnych projektów medialnych oraz twórczego podejścia podczas ich realizacji. Uwzględniają również potrzebę wiedzy o różnych uwarunkowaniach społeczno-kulturowych funkcjonowania mediów, preferencjach odbiorców, które decydują częstokroć o pozycji rynkowej instytucji medialnych, o ramach prawnych funkcjonowania mediów, szczególnie prawa autorskiego. Kluczowe efekty uczenia się wyposażają absolwenta kierunku w wiedzę i umiejętności cenione przez pracodawców w branży komunikacji wizerunkowej.

3. Ogólne cele kształcenia

Program studiów na kierunku *komunikacja wizerunkowa* skupia się na doskonaleniu wiedzy i rozwijaniu umiejętności niezbędnych do pracy w różnorodnych zespołach tworzących media. Studenci poszerzają swoje umiejętności w obszarze tworzenia dynamicznych, multimedialnych treści, które są

dostępne na różnorodnych platformach internetowych, w tym portalach społecznościowych, stronach internetowych, aplikacjach oraz wortalach. Ważnym celem kształcenia jest stymulowanie potrzeby ciągłego samodoskonalenia, co jest nieodzowne w kontekście dynamicznie zmieniającego się rynku medialnego. Ponadto, program umożliwia studentom projektowanie własnej ścieżki rozwoju, dostosowanej do ich indywidualnych zainteresowań i aspiracji zawodowych.

W ramach kształcenia na kierunku *komunikacja wizerunkowa* wykorzystuje się również narzędzia sztucznej inteligencji (AI), które stanowią coraz ważniejszy element w procesie tworzenia i dystrybucji treści medialnych. Studenci uczą się jak efektywnie wykorzystywać AI w analizie danych, personalizacji treści czy optymalizacji procesów komunikacyjnych, co pozwala im na lepsze zrozumienie potrzeb odbiorców oraz doskonalenie strategii komunikacji wizerunkowej zgodnie z najnowszymi trendami technologicznymi.

Specjalności zostały dostosowane do potrzeb rynkowych w branży medialnej oraz zmieniających się wymagań zawodowych. W dzisiejszych czasach umiejętności komunikacyjne znajdują zastosowanie nie tylko w tradycyjnym kontekście, ale także w obszarach takich jak komunikacja wizerunkowa, marketingowa oraz public relations. W każdej z tych dziedzin istotne są solidne podstawy komunikacji, a także znajomość mechanizmów rządzących procesami komunikacyjnymi. Dynamiczne zapotrzebowanie rynku medialnego na specjalistów w dziedzinach komunikacji reklamowej, wizerunkowej, branży AI, VR oraz kreatywnej komunikacji, a także potrzeba sprawnego zarządzania komunikacją w social mediach, zaowocowały stworzeniem oferty specjalności dostosowanych do tych potrzeb. Decyzje dotyczące specjalności wynikają również z sugestii członków Rady Programowej Kierunku, którzy dostrzegają rosnące znaczenie tych obszarów w dzisiejszym świecie mediów.

Specjalności zostały przyporządkowane zostały do jednej dyscypliny: nauk o komunikacji społecznej i mediach. Program studiów pozwala na zapoznanie się z różnymi podmiotami w branży medialnej oraz oczekiwaniami wobec nich, jak również społecznymi i kulturowymi uwarunkowaniami komunikacji społecznej.

4. Tabela odniesień efektów kierunkowych uczenia się do charakterystyk kompetencji uniwersalnych Zintegrowanego Systemu Kwalifikacji oraz charakterystyk drugiego stopnia efektów uczenia się dla kwalifikacji na poziomach 6-7 Polskiej Ramy Kwalifikacji

Objaśnienie oznaczeń w symbolach efektów kierunkowych:	
KW	kierunek Komunikacja wizerunkowa
1	studia 1 stopnia
P	profil praktyczny
W	kategoria wiedzy
U	kategoria umiejętności
K	kategoria kompetencji społecznych
01, 02, 03 i kolejne	numer efektu uczenia się
Objaśnienie oznaczeń charakterystyki poziomów PRK typowe dla kwalifikacji uzyskiwanych w ramach szkolnictwa wyższego:	
6	poziom 6 Polskiej Ramy Kwalifikacji
S	charakterystyka typowa dla kwalifikacji uzyskiwanych w ramach szkolnictwa wyższego
W	**wiedza**

G	głębia i zakres
K	kontekst
U	**umiejętności**
W	wykorzystanie wiedzy
K	Komunikowanie się
O	organizacja pracy
U	uczenie się
K	**kompetencje społeczne**
K	krytyczna ocena
O	odpowiedzialność
R	rola zawodowa

Symbol efektu uczenia się dla kierunku	**OPIS KIERUNKOWYCH EFEKTÓW UCZENIA SIĘ** Po zakończeniu studiów **pierwszego stopnia** na kierunku **Komunikacja wizerunkowa** profil **praktyczny** absolwent osiąga następujące efekty uczenia się:	**Symbol charakterystyk**
	WIEDZA **absolwent zna i rozumie:**	
KW1P_W01	reguły funkcjonowania rynków medialnych w Polsce i na świecie oraz zasady ich rozwoju w poszerzonym zakresie, również w kontekście politycznym.	P6U_W; P6S_WG;
KW1P_W02	potrzeby wizerunkowe wybranych organizacji z różnych sektorów rynkowych oraz otoczenia politycznego.	P6S_WG; P6S_WK;
KW1P_W03	specyfikę sztucznej inteligencji i kierunków jej rozwoju oraz potencjał jej użyteczności na potrzeby komunikacji wizerunkowej	P6U_W; P6S_WG; P6S_WK
KW1P_W04	w sposób zaawansowany teorie komunikacji, procesy komunikacyjne, także w polityce i związki pomiędzy komunikacją a społeczeństwem	P6U_W; P6S_WG; P6S_WK
KW1P_W05	strategie zarządzania wizerunkiem oraz sposoby budowania marki uwzględniając jej specyfikę	P6S_WG; P6S_WK
KW1P_W06	sposoby monitorowania wizerunku i monitorowania efektywności działań komunikacyjnych oraz zarządzania komunikacją w sytuacji kryzysowej	P6S_WG; P6S_WK
KW1P_W07	sposoby skutecznego wykorzystywania mediów społecznościowych, narzędzi komunikacji cyfrowej, zarządzania treściami w środowisku sieciowym na potrzeby komunikacji wizerunkowej	P6U_W; P6S_WG; P6S_WK
KW1P_W08	reguły planowania kampanii i sposoby budowania relacji z mediami uwzględniając specyfikę różnych mediów	P6U_W; P6S_WG; P6S_WK
KW1P_W09	metody badania opinii publicznej oraz wartość poznawczą danych uzyskanych tymi metodami	P6U_W; P6S_WG; P6S_WK
KW1P_W10	elementy komunikacji międzykulturowej, różnic w komunikacji, skutecznych strategii komunikacji w kontekście różnych kultur i społeczeństw	P6S_WG; P6S_WK
	UMIEJĘTNOŚCI **absolwent potrafi:**	
KW1P_U01	filtrować informacje pozyskane z różnych źródeł i wykorzystywać je celach zawodowych w zakresie komunikacji wizerunkowej	P6S_UW; P6S_UK;

KW1P_U02	zastosować najnowocześniejsze narzędzia (kamera, mikrofon, AI, VR etc.) w tworzeniu kontentu medialnego	P6U_U; P6S_UW; P6S_UK; P6S_UU;
KW1P_U03	umiejętnie tworzyć treści, z uwzględnieniem grup odbiorczych i typów mediów	P6U_U; P6S_UW; P6S_UK; P6S_UO
KW1P_U04	wykorzystywać media społecznościowe jako narzędzie komunikacji dla celów wizerunkowych	P6S_UK P6S_UW; P6S_UO;
KW1P_U05	wykorzystać umiejętności w zakresie zarządzania komunikacją w sytuacjach kryzysowych, a także umiejętność komunikacji interpersonalnej	P6S_UK; P6S_UO; P6S_UU;
KW1P_U06	planować działania zespołu realizującego projekty marketingowe i wizerunkowe	P6U_U; P6S_UU;
KW1P_U07	planować nowe rozwiązania informacyjne wykorzystując najnowsze technologie i ich narzędzia w celu realizacji zadań organizacji	P6S_UO; P6S_UU;
KW1P_U08	odczytywać analizy rynkowe w celu optymalizacji działań kierowanego zespołu	P6S_UW;
KW1P_U09	wykorzystywać w praktyce zaawansowaną znajomość języków obcych, z uwzględnieniem słownictwa specjalistycznego właściwego dla kierunku komunikacja wizerunkowa, zgodnie z wymaganiami określonymi dla poziomu B2 Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego	P6S_UK; P6S_UU;
KOMPETENCJE SPOŁECZNE absolwent jest gotów do:		
KW1P_K01	komunikacji interpersonalnej, rozwija umiejętności słuchania, precyzyjnego wyrażania swoich poglądów i budowania pozytywnych relacji między stronami odwołując się do wiedzy eksperckiej	P6U_K; P6S_KK
KW1P_K02	podejmowania działań komunikacyjnych dla potrzeb wizerunkowych wybranych organizacji z zachowaniem zasad etycznych z uwzględnieniem społecznej odpowiedzialności	P6U_K; P6S_KK
KW1P_K03	wykazywania empatii dla różnorodnych perspektyw, wartości i kultur i uwzględniania jej w procesie komunikacji	P6S_KO
KW1P_K04	poszerzania branżowej wiedzy i rozwijania dorobku zawodowego wykorzystując osiągnięcia napływające różnymi kanałami ze świata	P6U_K; P6S_KR

5. Tabela pokrycia charakterystyk kompetencji uniwersalnych Zintegrowanego Systemu Kwalifikacji oraz charakterystyk drugiego stopnia efektów uczenia się dla kwalifikacji na poziomach 6 Polskiej Ramy Kwalifikacji przez kierunkowe efekty uczenia się

Symbol charakterystyk	Opis charakterystyk kompetencji uniwersalnych poziomu 6 Zintegrowanego Systemu Kwalifikacji oraz charakterystyk drugiego stopnia efektów uczenia się dla kwalifikacji Polskiej Ramy Kwalifikacji	Symbol efektu uczenia się dla kierunku

WIEDZA **absolwent zna i rozumie:**		
P6U_W	w zaawansowanym stopniu – fakty, teorie, metody oraz złożone zależności między nimi różnorodne, złożone uwarunkowania prowadzonej działalności	KW1P_W01 KW1P_W03 KW1P_W04 KW1P_W07 KW1P_W08 KW1P_W09
P6S_WG	w zaawansowanym stopniu – wybrane fakty, obiekty i zjawiska oraz dotyczące ich metody i teorie wyjaśniające złożone zależności między nimi, stanowiące podstawową wiedzę ogólną z zakresu dyscyplin naukowych lub artystycznych tworzących podstawy teoretyczne oraz wybrane zagadnienia z zakresu wiedzy szczegółowej – właściwe dla programu studiów, a w przypadku studiów o profilu praktycznym – również zastosowania praktyczne tej wiedzy w działalności zawodowej związanej z kierunkiem studiów	KW1P_W01 KW1P_W02 KW1P_W03 KW1P_W04 KW1P_W05 KW1P_W06 KW1P_W07 KW1P_W08 KW1P_W09 KW1P_W10
P6S_WK	fundamentalne dylematy współczesnej cywilizacji podstawowe ekonomiczne, prawne i inne uwarunkowania różnych rodzajów działalności zawodowej związanej z kierunkiem studiów, w tym podstawowe pojęcia i zasady z zakresu ochrony własności przemysłowej i prawa autorskiego podstawowe zasady tworzenia i rozwoju różnych form przedsiębiorczości	KW1P_W02 KW1P_W03 KW1P_W04 KW1P_W05 KW1P_W06 KW1P_W07 KW1P_W08 KW1P_W09 KW1P_W10
UMIEJĘTNOŚCI **absolwent potrafi:**		
P6U_U	innowacyjnie wykonywać zadania oraz rozwiązywać złożone i nietypowe problemy w zmiennych i nie w pełni przewidywalnych warunkach samodzielnie planować własne uczenie się przez całe życie komunikować się z otoczeniem, uzasadniać swoje stanowisko	KW1P_U02 KW1P_U03 KW1P_U06
P6S_UW	wykorzystywać posiadaną wiedzę – formułować i rozwiązywać złożone i nietypowe problemy oraz wykonywać zadania w warunkach nie w pełni przewidywalnych przez: - właściwy dobór źródeł oraz informacji z nich pochodzących, dokonywanie oceny, krytycznej analizy i syntezy tych informacji, - dobór oraz stosowanie właściwych metod i narzędzi, w tym zaawansowanych technik informacyjno- -komunikacyjnych wykorzystywać posiadaną wiedzę – formułować i rozwiązywać problemy oraz wykonywać zadania typowe dla działalności zawodowej związanej z kierunkiem studiów w przypadku studiów o profilu praktycznym	KW1P_U01 KW1P_U02 KW1P_U03 KW1P_U04 KW1P_U08
P6S_UK	- komunikować się z otoczeniem z użyciem specjalistycznej terminologii - brać udział w debacie – przedstawiać i oceniać różne opinie i stanowiska oraz dyskutować o nich posługiwać się językiem obcym na poziomie B2 Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego	KW1P_U01 KW1P_U02 KW1P_U03 KW1P_U04 KW1P_U05 KW1P_U09
P6S_UO	planować i organizować pracę – indywidualną oraz w zespole współdziałać z innymi osobami w ramach prac zespołowych (także o charakterze interdyscyplinarnym)	KW1P_U03 KW1P_U04 KW1P_U05 KW1P_U07
P6S_UU	samodzielnie planować i realizować własne uczenie się przez całe życie	
KOMPETENCJE SPOŁECZNE **absolwent jest gotów do:**		

P6U_K	kultywowania i upowszechniania wzorów właściwego postępowania w środowisku pracy i poza nim samodzielnego podejmowania decyzji, krytycznej oceny działań własnych, działań zespołów, którymi kieruje, i organizacji, w których uczestniczy, przyjmowania odpowiedzialności za skutki tych działań	KW1P_K01 KW1P_K02 KW1P_K04
P6S_KK	krytycznej oceny posiadanej wiedzy i odbieranych treści uznawania znaczenia wiedzy w rozwiązywaniu problemów poznawczych i praktycznych oraz zasięgania opinii ekspertów w przypadku trudności z samodzielnym rozwiązaniem problemu	KW1P_K01 KW1P_K02
P6S_KO	wypełniania zobowiązań społecznych, współorganizowania działalności na rzecz środowiska społecznego; inicjowania działania na rzecz interesu publicznego; myślenia i działania w sposób przedsiębiorczy	KW1P_K03
P6S_KR	odpowiedzialnego pełnienia ról zawodowych, w tym: - przestrzegania zasad etyki zawodowej i wymagania tego od innych, - dbałości o dorobek i tradycje zawodu	KW1P_K04

III. Plan studiów

1. Struktura planu studiów

Lp.	Moduły	Liczba godz. studia stacjonarne				Liczba godz. studia niestacjonarne			
		Ogół.	wyk.	ćw.	p/e/ prak.	Ogół.	wyk.	ćw.	p/e/ prak.
1	Moduły kształcenia podstawowego	252	130	118	4	162	74	84	4
2	Moduły kształcenia kierunkowego	698	252	440	6	422	138	278	6
3	Moduły przygotowania pracy dyplomowej	60	0	60	0	40	0	40	0
4	Moduły kształcenia w zakresie kultury fizycznej	60	0	60	0	0	0	0	0
5	Moduły kształcenia językowego	252	0	72	180	228	0	48	180
6	Moduły kształcenia wybieralnego / specjalnościowego	420	120	300	0	190	70	120	0
7	Moduły praktyk kierunkowych	480	4	20	456	480	4	20	456
8	Moduły praktyk specjalnościowych	480	4	20	456	480	4	20	456
	OGÓŁEM:	**2702**	**510**	**1090**	**1102**	**2002**	**290**	**610**	**1102**

2. Stosowane sposoby metody dydaktyczne oraz weryfikacji i oceny efektów uczenia się osiąganych przez studenta w trakcie całego cyklu kształcenia

Sposoby weryfikacji efektów uczenia się wraz z ich oceną są określone w kartach przedmiotów zawierających zagadnienia przedmiotowe i opis metod dydaktycznych. Sposoby weryfikacji efektów uczenia się są mierzalne. Studenci otrzymują wsparcie edukacyjne dzięki rzetelnemu przygotowaniu zajęć przez wykładowców uwzględniające treści zawarte w kartach przedmiotu, realizowanemu na Uczelni programu tutoringu oraz projektom edukacyjnym, jakie mogą prowadzić w ramach działającej na Uczelni Akademii Umiejętności. Wykładowcy oraz tutorzy są dostępni dla studentów poza zajęciami w ramach regularnych cotygodniowych konsultacji. Program studiów na kierunku Komunikacja wizerunkowa został opracowany z uwzględnieniem różnorodnych metod, między innymi: podających (wykłady informacyjne, problemowe, konwersatoryjne, prezentacje, projekcje), poszukujące (dyskusje

panelowe, debaty oxfordzkie, seminaryjne; studium przypadku, ćwiczeniowe, laboratoryjne), eksponujące (pokazy, symulacje) oraz projektowe. Dobór metod jest podyktowany specyfiką danego przedmiotu oraz potrzebą angażowania studentów w proces uczenia się i aktywnego udziału w pracy na zajęciach. Sposób weryfikacji osiąganych efektów uczenia się w zakresie wiedzy oparty jest najczęściej na egzaminach, kolokwiach, testach i opracowaniach oraz merytorycznym udziale w dyskusji. W zakresie umiejętności stosowane są projekty medialne, projekty badawcze indywidualne i zespołowe, opracowania materiałów ćwiczeniowych, studiów przypadku, symulacje i prezentacje, prace pisemne. W zakresie kompetencji społecznych weryfikacja następuje przy pomocy prezentacji źródeł pierwotnych stanowiących inspirację do własnych projektów edukacyjnych, udział w pracach zespołowych oraz dyskusjach na zajęciach z poszanowaniem ról społecznych. W ramach każdego zakresu wykładowca opracowuje i prezentuje studentom kryteria i sposób oceny osiąganych efektów uczenia się. W toku studiów student odbywa również kierunkowe i specjalnościowe Praktyki zawodowe w różnych instytucjach związanych z mediami. Jest to okazja do wykorzystywania i doskonalenia nabywanej wiedzy, umiejętności i kompetencji społecznych o praktycznym charakterze, co jest emanacją praktycznego profilu kształcenia. Studentem odbywającym praktykę opiekuje się osoba wyznaczona w instytucji przyjmującej, która określa zadania dla studenta i ocenia ich jakość wykonania. Z perspektywy studenta pozwala mu to na konfrontację nabywanych efektów uczenia się w ramach zajęć z oczekiwaniami instytucji i agencji medialnych.

3. Wykaz przedmiotów do wyboru pozwalających na stwierdzenie, że program studiów umożliwia studentowi wybór modułów w wymiarze nie mniejszym niż 30% punktów ECTS

Program studiów umożliwia studentowi wybór modułów kształcenia, do których przypisuje się punkty ECTS w wymiarze nie mniejszym niż 30% liczby punktów ECTS.

Specjalność	Liczba punktów ECTS	
	Studia stacjonarne	Studia niestacjonarne
Moduł kształcenia językowego	12	12
Moduł kształcenia wybieralnego / specjalnościowego:	35	35
Personal branding		
Doradca wizerunku		
Influencing i kreowanie wizerunku w social mediach		
Public relations		
Kreowanie i realizacja kampanii wizerunkowych		
Moduły praktyk specjalnościowych	19	19
Łącznie	**66**	**66**

Informacja o proponowanych modułach kształcenia wybieralnego / specjalnościowego oferowanych w danym cyklu kształcenia:

Ad. 1) **Personal branding** – przygotowuje studentów do budowania i zarządzania swoją marką osobistą w złożonym środowisku zawodowym (z uwzględnieniem promocji własnych projektów

medialnych); program obejmuje rozmaite obszary: planowanie strategiczne marki, techniki autopromocji i autoprezentacji oraz zarządzanie tożsamością cyfrową; kursy "Aktualne wyzwania rynku pracy" i "Model biznesowy w brandingu osobistym" pomagają w zdobyciu praktycznych i technicznych umiejętności kreowania wizerunku; dodatkowo, zajęcia z video marketingu, prezentacji biznesowych i warsztaty copywritingu pozwalają rozwijać kompetencje komunikacyjne i twórcze;

Ad. 2) **Doradca wizerunku** - przygotowuje studentów do profesjonalnego doradztwa w zakresie kreowania i zarządzania wizerunkiem; program obejmuje różnorodne zagadnienia: komunikacja wizualna, analiza potrzeb klienta oraz stylizacja w kreowaniu wizerunku; kursy z marketingu internetowego, warsztaty public relations i coaching wizerunkowy umożliwiają zdobycie praktycznych umiejętności niezbędnych na rynku pracy; studenci poznają również techniki zarządzania wizerunkiem własnym, klientów oraz instytucji, w tym – szczególnie – organizacji kultury; to znacząco poszerza ich kompetencje i czyni konkurencyjnym na rynku pracy;

Ad. 3) **Influencing i kreowanie wizerunku w social mediach -** pozwala studentom zdobyć praktyczne umiejętności w zakresie budowania narracji i skutecznego prowadzenia działań marketingowych w mediach społecznościowych (ze szczególnym uwzględnieniem działań influencerskich); program obejmuje kursy: marketing influencerski, personal branding oraz tworzenie contentu wideo; zajęcia z grafiki, sponsoringu i planowania kampanii uczą kreatywnego i kompleksowego podejścia do zarządzania wizerunkiem w przestrzeni cyfrowej; student jest zaopatrzony w narzędzia niezbędne do podjęcia własnych działań; słuchacze specjalności poznają także mechanizmy kształtowania opinii publicznej w mediach społecznościowych oraz znaczenie kontekstu kulturowego w zakresach istotnych, np. rolę popkultury w influencingu;

Ad. 4) **Public Relations** – umożliwia studentom zdobycie umiejętności niezbędnych do zarządzania wizerunkiem marek i organizacji (ze szczególnym ujęciem nowoczesnego środowiska komunikacyjnego); program obejmuje różnorodne zagadnienia: teorie wpływu społecznego, strategie budowania relacji z mediami oraz kampanie PR w mediach cyfrowych; studenci uczą się wykorzystywać nowoczesne narzędzia PR, analizować wizerunek marki i produkować treści cyfrowe (co czyni ich propozycję dla rynku pracy atrakcyjną i kompletną); dodatkowo, zajęcia z technik mediacyjnych, negocjacyjnych i networkingowych rozwijają ich zdolności interpersonalne i stanowią wstęp do niezbędnego pozyskiwania kontaktów (zaplecza działań);

Ad. 5) **Kreowanie i realizacja kampanii wizerunkowych** - studenci zdobywają wiedzę i praktyczne umiejętności w zakresie planowania i realizacji nowoczesnych kampanii reklamowych; w ramach specjalności podejmowane są następujące wątki: trendy marketingowe, pomiar efektywności kampanii oraz strategiczne planowanie i budżetowanie; studenci przetestują narzędzia budowania marki w internecie, w tym – poznają software wspomagany AI, oraz rozwiną umiejętności projektowania graficznego i tworzenia treści audiowizualnych; warsztaty brandingowe oraz analiza kulturowych aspektów działań perswazyjnych przygotują ich do skutecznego kreowania wizerunku marek i organizacji (w przestrzenie interkulturowej i intertekstualnej komunikacji).

Podczas zajęć wszystkich specjalności, tj. grup zajęć wybieralnych, studenci równolegle zdobywają widzę (na takim samym poziomie) i praktyczne umiejętności, m.in. w obszarach komunikacji cyfrowej obsługujących media: telewizja, radio, fotografia. Studenci są prowadzeni - teoretycznie i praktycznie – w zakresie projektowania komunikacji dla organizacji, umiejętności tworzenia biznesplanów i oferty handlowej.

4. Wymiar, zasady i formy odbywania praktyk zawodowych

1. Cele praktyk

Przez praktykę należy rozumieć przewidziany programem studiów okres przeznaczony na poszerzanie wiedzy oraz doskonalenie praktycznych umiejętności i kompetencji społecznych studenta w Instytucji Przyjmującej na praktykę.

Zasadniczym celem praktyk jest:

- poznanie instytucji przyjmującej na praktykę oraz zaznajomienie się studenta/studentki ze specyfiką pracy w tej instytucji szczególnie w zakresie tworzenia i dystrybuowania treści w przestrzeni medialnej;
- umożliwienie zastosowania w praktyce wiedzy i umiejętności zdobywanych podczas zajęć na uczelni;
- praktyczne zastosowanie wiedzy na temat procesu tworzenia przekazu medialnego (uwarunkowań jej wykorzystywania, sprzętu stosowanego w danej instytucji, praktykowanych formatów medialnych) oraz rozwijania umiejętności tworzenia różnych projektów medialnych;
- rozpoznawanie metod i technik komunikowania się wykorzystywanych w organizacjach gospodarczych, politycznych i społecznych oraz oczekiwań tych organizacji wobec specjalistów tworzących kontent medialny na ich potrzeby;
- rozwijanie kompetencji zawodowych typowych dla specjalisty od komunikacji wizerunkowej.
- praktyczne przygotowanie do aktywności zawodowej w branży medialnej.

2. Miejsca, w których studenci/studentki mogą odbyć praktykę:

- agencje reklamowe, agencje namingowo-brandingowe, domy mediowe;
- agencje eventowe
- działy marketingu i komunikacji w firmach
- firmy monitorujące media;
- biura rzeczników urzędów administracji publicznej, firm i przedsiębiorstw;
- działy promocji jednostek urzędowych administracji publicznej;
- działy reklamy, marketingu, public relations firm i przedsiębiorstw;
- instytucje kultury;
- think-thanki i organizacje trzeciego sektora;
- instytucje i pracownie badań społecznych
- inne instytucje po uzgodnieniu z Uczelnianym Opiekunem Praktyk.

Profil działalności Instytucji przyjmującej na praktykę powinien być zbieżny z kierunkiem studiów, w ramach którego realizowana jest praktyka oraz posiada infrastrukturę i zapewnia wyposażenie miejsca praktyk umożliwiające prawidłową jej realizację.

Opiekun praktyk w Instytucji przyjmującej powinien posiadać kilkuletnie doświadczenie zawodowe oraz kompetencje i kwalifikacje, w zakresie tworzenia, przetwarzania, formatowania lub

dystrybuowania treści medialnych (tekstów, materiałów audialnych, wizualnych, audiowizualnych, multimedialnych). Zobowiązuje się także do realizacji opieki nad studentem/studentką podczas odbywania praktyki, wyznaczania zadań studentowi/studentce zgodnych „Programem i regulaminem praktyk" niezbędnych do osiągnięcia założonych efektów uczenia się na kierunku, potwierdzenia wykonanych przez studenta/studentkę w trakcie praktyki czynności (wykazanych w Karcie przebiegu praktyk stanowiącej część Dziennika praktyk), dokonania weryfikacji osiągniętych przez studenta/studentkę efektów uczenia się (Ocena stopnia realizacji efektów uczenia sią przez studenta/studentkę stanowiąca część Dziennika praktyk), przygotowania sprawozdania z przebiegu praktyki, zawierającego w szczególności potwierdzenie rozpoczęcia i zakończenia praktyki (w Karcie przebiegu praktyk stanowiącej część Dziennika praktyk) oraz sporządzenie raportu z weryfikacji efektów uczenia się studenta realizującego /studentki realizującej praktykę w Instytucji przyjmującej na praktykę, po zakończeniu praktyki przez studenta/studentkę Uniwersytetu Dolnośląskiego UW DSW we Wrocławiu oraz wypełnienia ankiety na temat przebiegu praktyk.

3. Czas trwania praktyk i miejsce ich odbywania

Studenci/studentki studiów **pierwszego stopnia** odbywają praktyki zgodnie z harmonogramem studiów:

Rok studiów, semestr	Czas trwania praktyki	Uszczegółowienie	Zakładane efekty uczenia się Student/ Studentka
1 rok 2 semestr	250 godzin dydaktycznych 187,5 godzin zegarowych (6 tygodni)	**Kierunkowa Praktyka Zawodowa1:** Wprowadzenie do praktyk - 2 godziny dydaktyczne Ewaluacja praktyk - 10 godziny dydaktyczne Praktyka w Instytucji Przyjmującej - 238 godziny dydaktyczne	**a) w zakresie wiedzy:** – w sposób zaawansowany charakteryzuje techniki wykorzystywane w pracy specjalisty od komunikacji wizerunkowej lub twórcy mediów, – opisuje zadania instytucji przyjmującej na praktykę w aspekcie procesów komunikacyjnych, – wskazuje wybrane komunikaty medialne stosowane w instytucji przyjmującej na praktykę zawodową, **b) zakresie umiejętności:** – wyszukuje informacje przydatne dla określonego projektu medialnego realizowanego w instytucji przyjmującej na praktykę z pomocą opiekuna, – dokonuje analizy kolejnych etapów realizacji wybranego projektu komunikacyjnego w kontekście praktyki w komunikacji wizerunkowej. – diagnozuje podstawowe różnice pomiędzy różnymi rodzajami komunikatów medialnych stosowanymi w praktyce komunikacji wizerunkowej. – podejmuje się zadań rozwijających umiejętności zawodowe oczekiwane od pracowników w instytucji przyjmującej na praktykę **c) zakresie kompetencji społecznych:** – wykazuje aktywną postawę w realizacji zadań podczas odbywania praktyki zawodowej

2 rok 3 semestr	230 godzin dydaktycznych 172,5 godzin zegarowych (6 tygodni)	**Kierunkowa Praktyka Zawodowa2:** Wprowadzenie do praktyk - 2 godziny dydaktyczna Ewaluacja praktyk – 10 godziny dydaktyczne Praktyka w Instytucji Przyjmującej - 218 godziny dydaktyczne	**a) w zakresie wiedzy:** – poprawnie w sposób zaawansowany identyfikuje działania przy produkcji komunikatów medialnych w instytucji przyjmującej na praktykę zawodową, – objaśnia sens działań oraz niezbędne narzędzia do realizacji projektów medialnych związanych z szeroko rozumianą komunikacją wizerunkową powstających w instytucji przyjmującej na praktykę, **b) zakresie umiejętności:** – samodzielnie w sposób zaawansowany wyszukuje informacji na potrzeby projektu medialnego lub związanego komunikacją wizerunkową, – stosuje fachową terminologię przy opisie projektów medialnych wykorzystywanych w instytucji przyjmującej na praktykę zawodową, – planuje etapy realizacji projektu medialnego według stosowanych w instytucji przyjmującej zasad ze wsparciem opiekuna, – podejmuje się zaawansowanych zadań rozwijających kompetencje zawodowe oczekiwane od pracowników w instytucji przyjmującej na praktykę **c) zakresie kompetencji społecznych:** – jest świadom znaczenia sposobu komunikowania się instytucji przyjmującej na praktykę zawodową, – przejawia kreatywność w realizacji zadań podczas odbywania praktyki zawodowej
2 rok 4 semestr	250 godzin dydaktycznych 187,5 godzin zegarowych (6 tygodni)	**Specjalnościowa Praktyka Zawodowa1:** Wprowadzenie do praktyk - 2 godziny dydaktyczna Ewaluacja praktyk - 10 godziny dydaktyczne Praktyka w Instytucji Przyjmującej – 238 godziny dydaktyczne	**a) w zakresie wiedzy:** – charakteryzuje typowe dla studiowanej specjalności projekty medialne i różnice między nimi, – wymienia podstawową terminologię z zakresu studiowanej specjalności, – opisuje zadania instytucji przyjmującej na praktykę w aspekcie procesów komunikacyjnych w obszarze studiowanej specjalności, **b) zakresie umiejętności:** – korzysta z różnych źródeł wyszukując informacje przydatne informacje do realizacji projektu medialnego typowego dla studiowanej specjalności, – wykonuje zlecone zadania będące częścią projektu medialnego, – samodzielnie podejmuje działania w zakresie realizacji projektu medialnego w instytucji przyjmującej na praktykę, **c) zakresie kompetencji społecznych:** – wykazuje zaangażowanie w zespołach realizujących projekty medialne lub z zakresu komunikacji wizerunkowej w obszarze studiowanej specjalności respektując etyczne zasady współpracy,

3 rok 5 semestr	230 godzin dydaktycznych 172,5 godzin zegarowych (6 tygodni)	**Specjalnościowa Praktyka Zawodowa2:** Wprowadzenie do praktyk - 2 godziny dydaktyczna Ewaluacja praktyk - 10 godziny dydaktyczne Praktyka w Instytucji Przyjmującej - 218 godziny dydaktyczne	**a) w zakresie wiedzy:** – rozpoznaje w sposób zaawansowany cechy komunikatów medialnych stosowanych w przekazach instytucji przyjmującej na praktykę charakterystycznych dla studiowanej specjalności, – wskazuje potrzeby sprzętowe dla potrzeb realizacji projektów medialnych charakterystycznych dla danej specjalności, **b) zakresie umiejętności:** – weryfikuje i selekcjonuje informacje będące materiałem do pracy nad projektem według merytorycznych kryteriów, – stosuje fachową terminologię z dziedziny studiowanej specjalności przy opisie procesów komunikacyjnych w wybranych mediach, – potrafi zaplanować i współrealizować projekt medialny na wybrany temat w instytucji przyjmującej na praktykę, – samodzielnie wyszukuje informacji na potrzeby wybranego tematu projektu medialnego, **c) zakresie kompetencji społecznych:** – wykazuje chęć do podejmowania wyzwań w tworzeniu nowych projektów medialnych typowych dla studiowanej specjalności z zachowaniem etyki zawodowej

4. Treści kształcenia:

Wprowadzenie do praktyk:

- Omówienie dokumentacji praktyk: Procedura realizacji praktyk przez studentów studiów I stopnia komunikacji wizerunkowej, Program i regulamin praktyk na kierunku, Karta przedmiotu.
- Typy instytucji, w których można realizować poszczególne praktyki w poszczególnych semestrach.
- Cele i efekty uczenia się założone dla praktyk zawodowych realizowanych w poszczególnych semestrach.
- Zasady BHP oraz obowiązek ubezpieczenia w trakcie praktyk.
- Wymiar etyczny pracy podejmowanej w ramach praktyk zawodowych.

Praktyka w instytucji przyjmującej:

- Rozumienie podstaw prawnych i reguł rynkowych działalności instytucji przyjmującej na praktykę oraz jej strukturę organizacyjną, zasady zarządzania, organizację pracy wraz z zasadami BHP.
- Zaawansowana znajomość charakteru pracy w zespołach tworzących przekazy komunikacyjne w instytucji.
- Zaawansowana znajomość projektów realizowanych w instytucji i sposobów ich wykorzystania w komunikacji społecznej przez instytucję.
- Zaawansowana znajomość technologii stosowanej do tworzenia przekazów komunikacyjnych w instytucji oraz wykorzystywanych technik.
- Wyszukiwanie źródeł informacji i selekcja informacji na potrzeby realizacji projektów komunikacyjnych w instytucji.
- Zaawansowana znajomość wykorzystywania infrastruktury komunikacyjnej stosowanej w instytucji przyjmującej na praktykę (zaplecza sprzętowego, oprogramowania, kanałów komunikacyjnych).

- Wykonywanie zadań merytorycznych związanymi z kierunkiem studiów i efektami uczenia się wskazanymi w regulaminie praktyk.
- Udział w etapach realizacji projektu komunikacyjnego w instytucji.

Ewaluacja praktyk

- Omówienie z Uczelnianym Opiekunem Praktyk: charakteru, struktury organizacyjnej, zadań i zasad funkcjonowania instytucji przyjmującej, w której praktyka została zrealizowana, zakresu czynności wykonywanych przez pracowników zatrudnionych w danej instytucji przyjmującej na praktykę, stosowanych przez nich metod, form i narzędzi pracy, zadań realizowanych przez studenta w czasie odbywania praktyk.
- Weryfikacja zadań - celów i efektów praktyk założonych dla danej praktyki.
- Sprawdzenie *Dzienników praktyk, Wniosków o zaliczenie praktyki zawodowej na podstawie zaświadczenia o zatrudnieniu/prowadzeniu działalności gospodarczej/ podejmowania innych form działalności* i innej dokumentacji praktyk, w tym np. raportu czy portfolio przygotowanych podczas realizowanych praktyk zawodowych.

5. Harmonogram odbywania praktyki:

Harmonogram odbywania praktyki student/studentka ustala z Opiekunem Praktyki z ramienia Instytucji Przyjmującej na praktykę.

Indywidualny harmonogram zależny jest od godzin pracy instytucji, możliwości Opiekuna Praktyki oraz studenta/studentki.

6. Potwierdzenie osiągnięcia efektów uczenia się:

Potwierdzenie osiągnięcia efektów uczenia się odbywa się w *Dzienniku praktyk*, w którym studenci/studentki opisują zadania zrealizowane w Instytucji Przyjmującej na praktykę związane z wyżej wymienionymi efektami, a Opiekun Praktyki z ramienia danej Instytucji Przyjmującej na praktykę potwierdza je podpisem w *Dzienniku praktyk* oraz Uczelniany Opiekun Praktyk w Dzienniku praktyk oraz w USOSweb.

W przypadku zaliczania praktyki na podstawie umowy o pracę lub umów cywilnoprawnych, prowadzenie własnej działalności gospodarczej, podejmowania innych form działalności – staż, wolontariat, zaliczenia praktyki dokonuje Uczelniany Opiekun Praktyk na pisemny *Wniosek o zaliczenie praktyki zawodowej na podstawie zaświadczenia o zatrudnieniu/prowadzeniu działalności gospodarczej/ podejmowania innych form działalności,* w którym potwierdzane jest osiągnięcie efektów uczenia się przez bezpośredniego przełożonego studenta/studentki.

Do dokumentacji potwierdzającej osiągnięcie efektów uczenia się w formie Dzienniczka praktyk lub Wniosku o zaliczenie praktyki zawodowej na podstawie zaświadczenia o zatrudnieniu/prowadzeniu działalności gospodarczej/podejmowania innych form działalności powinno być załączone portfolio dokumentujące realizację zadań, pozwalających na weryfikację osiągniętych efektów uczenia się dla kierunku zakładanych dla praktyki zawodowej przez Uczelnianego opiekuna praktyk.

7. Procedura realizacji praktyk przez studentów/studentki studiów I i II stopnia oraz jednolitych studiów magisterskich na kierunkach prowadzonych na Wydziale Studiów Stosowanych określona jest w Zarządzeniu Dziekana Wydziału Studiów Stosowanych Uniwersytetu Dolnośląskiego DSW we Wrocławiu.

IV. Dodatkowe dokumenty do programu studiów

1. System ECTS

Zasady przypisywania punktów ECTS do przedmiotów zostały określone zgodnie z ustawą prawo o szkolnictwie wyższym i nauce z 20 lipca 2018 r. (ze zmianami) i aktami wykonawczymi.

Liczbę punktów ECTS przypisaną do poszczególnych przedmiotów określonych w programie studiów zatwierdza Senat uczelni podejmując stosowną uchwałę w sprawie przyjęcia planów i programów studiów na dany rok akademicki. W przypisywaniu punktów poszczególnym przedmiotom kierowano się zasadą, iż wymiar punktów musi uwzględniać rzeczywisty nakład pracy studenta. Przyjęto, że 1 punkt ECTS odpowiada około 25 godzinom pracy studenta.

Wartość punktów ECTS dla danego przedmiotu odzwierciedla średni nakład pracy studenta niezbędny do uzyskania zakładanych efektów uczenia się. Nakład ten jest sumą godzin zajęć z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich lub innych osób prowadzących zajęcia i studentów (godziny kontaktowe) oraz godzin pracy samodzielnej studenta. Zgodnie z tą zasadą przydzielono punkty ECTS na poszczególne formy procesu dydaktycznego składające się na realizacje efektów uczenia się danego przedmiotu, takich jak wykłady, ćwiczenia, konwersatorium, lektoraty, seminaria, projekty, e-learning i praca własna studenta. Uwzględniono również punkty ECTS realizowane przez bezpośredni kontakt nauczyciela akademickiego w formie egzaminów, zaliczeń, konsultacji oraz prac dodatkowych wykonywanych przez studentów pod nadzorem nauczyciela akademickiego. Nakład pracy własnej studenta przypadającej na dany przedmiot (a w konsekwencji liczba punktów ECTS za pracę własną studenta) jest wypadkową szeregu czynników istotnych dla osiągnięcia zakładanych efektów uczenia się i jest wynikiem analizy stopnia trudności związanego z zakładanymi efektami uczenia się przypisanymi do przedmiotu, a także konsultacji z wykładowcami prowadzącymi poszczególne przedmioty. Dla określenia średniego nakładu pracy własnej studenta w danym przedmiocie brany jest także pod uwagę kontekst w jakim ten przedmiot występuje w programie studiów – czy zdobycie efektów uczenia się przypisanych do przedmiotu wymaga wcześniejszego zaliczenia innych przedmiotów lub posiadania innego zasobu wiedzy lub umiejętności.

Przypisane w ten sposób punkty ECTS do przedmiotów są takie same w przypadku studiów stacjonarnych i niestacjonarnych, ale inne są składniki, z jakich te punkty zostały uzyskane. W ramach studiów niestacjonarnych zostało zaplanowane mniej godzin kontaktowych, więc aby uzyskać takie same efekty uczenia się jak na studiach stacjonarnych, potrzebna jest większa ilość pracy własnej studenta.

Projektując system przypisywania punktów ECTS uwzględniono doświadczenia uczelni zagranicznych, z którymi współpracuje Uczelnia. Stosowanie systemu przypisywania punktów ECTS w sposób zbliżony do uczelni partnerskich ułatwia mobilność studentów w Europejskim Obszarze Szkolnictwa Wyższego.

W programie studiów przyjmuje się, że liczba punktów ECTS w wymiarze rocznym wynosić powinna 60 punków ECTS, a różnice między semestrami nie były większe niż 5 punktów, co ułatwi zaliczanie semestrów studentom decydującym się w przyszłości na wyjazdy w ramach programu ERASMUS Mobility. Ponadto przyjmuje się, że przelicznik nakładu pracy studenta na 1 punkt ECTS wynosi 25 godzin.

Wymiar godzin dla programu określa się według następującej zasady: liczba punktów ECTS określona dla programu studiów x 25 h = wymiar godzin przewidzianych dla programu studiów (suma godzin dla całości programu – godziny z udziałem nauczyciela akademickiego oraz innych osób prowadzących zajęcia dydaktyczne, godziny zajęć bez udziału nauczycieli akademickich oraz godziny za pracę własną studenta). Dla studiów stacjonarnych wymiar godzin kontaktowych (i punktów ECTS) nie może być mniejszy niż 50% określonych dla programu studiów. Zaokrąglenia punktów ECTS dokonuje się: w planie do 0,5 pkt. ECTS; w matrycy wskaźników ECTS do 0,1 pkt. ECTS.

Treści modułów:

Nazwa modułu	Treści modułu
Moduły kształcenia podstawowego	Szkolenie wstępne z zakresu BHP, Rynki medialne, Filozofia komunikacji, Wiedza o kulturze, Etyka komunikacji, Społeczeństwo sieci, Kompetencje przyszłości I, Kompetencje przyszłości II, Kompetencje przyszłości III
Moduły kształcenia kierunkowego	Wprowadzenie do nauki o komunikowaniu, Projektowanie komunikacji, Komunikacja w zespołach, Wprowadzenie do kultury popularnej, Praktyczne

	pisanie, Wprowadzenie do komunikacji wizualnej, Historia designu, Corporate Identity, Komunikacja interpersonalna, Strategie komunikacyjne, Kreatywne pisanie w internecie, Elementy psychologii społecznej, Prawo autorskie, Sztuczna inteligencja – wprowadzenie, Metody prezentacji osobistej, Technologia VR, Analiza tekstów wizerunkowych, Storyteling i story design, Podstawy pracy z kamerą i montaż, Źródła informacji w komunikacji wizerunkowej, Warsztaty fotografii reklamowej
Moduł kształcenia językowego	Język obcy I (język angielski, język niemiecki), Język obcy II (język angielski, język niemiecki), Język obcy III (język angielski, język niemiecki)
Moduły przygotowania pracy dyplomowej	Seminarium dyplomowe I; Seminarium dyplomowe II
Moduły praktyk specjalnościowych	Specjalnościowa praktyka zawodowa I; Specjalnościowa praktyka zawodowa II
Moduły kształcenia wybieralnego (kształcenie w zakresie) **PERSONAL BRANDING**	Strategia marki, Marka osobista i influencing, Aktualne wyzwania rynku pracy - tworzenie CV i portfolio, Self-branding i zarządzanie marką osobistą, Zarządzanie tożsamością cyfrową, Prezentacje biznesowe, Model biznesowy w brandingu osobistym, Obraz w kreowaniu wizerunku, Video marketing, Warsztat copywritingu
Moduły kształcenia wybieralnego (kształcenie w zakresie) **DORADCA WIZERUNKU**	Komunikacja wizualna, Multimedia w kreacji wizerunku, Analiza potrzeb klienta, Wizerunek i marka organizacji, Marketing internetowy, Zarządzanie wizerunkiem własnym i klientów, Stylizacja w kreowaniu wizerunku, Kreowanie wizerunku instytucji (kultury), Coaching wizerunkowy, Warsztat public relations
Moduły kształcenia wybieralnego (kształcenie w zakresie) **INFLUENCING I KREOWANIE WIZERUNKU W SOCIAL MEDIACH**	Marketing influencerski, Grafika w mediach społecznościowych, Tworzenie contentu wideo, Social Media Marketing, Zaawansowane mechanizmy tworzenia narracji, Influencing i popkultura, Personal branding, Media społecznościowe jako przestrzeń kreowania opinii publicznej, Sponsoring i finansowanie, Warsztat planowania kampanii
Moduły kształcenia wybieralnego (kształcenie w zakresie) **PUBLIC RELATIONS**	Teorie wpływu społecznego, Nowoczesne narzędzia PR, Kampanie PR w mediach cyfrowych, Marketing i PR - definicje, techniki, narzędzia; Badania wizerunku marki, Produkcja mediów cyfrowych, Media relations i publicity, Networking i PR, Strategie budowania relacji z mediami, Techniki mediacyjne i negocjacyjne w PR
Moduły kształcenia wybieralnego (kształcenie w zakresie) **KREOWANIE I REALIZACJA KAMPANII WIZERUNKOWYCH**	Nowoczesne kampanie reklamowe, Aktualne trendy marketingu, Pomiar efektywności kampanii, Kreowanie marki i wizerunku przedsiębiorstwa, Planowanie strategiczne i budżetowanie, Budowanie marki w internecie z wykorzystaniem AI, Brand Design, Obraz, dźwięk i film w kreowaniu wizerunku; Warsztaty brandingowe, Kulturowe zaplecze działań perswazyjnych

2. Załączniki do programu studiów

Załącznik 1. Plany studiów

Załącznik 2. Sumaryczne wskaźniki ECTS

Wydział: Wydział Studiów Stosowanych
Kierunek: **KOMUNIKACJA WIZERUNKOWA**
Stopień kształcenia: studia pierwszego stopnia
Forma studiów: niestacjonarna
Profil: praktyczny
dyscyplina wiodąca: nauki o komunikacji społecznej i mediach - 100%

Czas trwania: 6 semestrów
Obowiązuje od roku akademickiego: 2026/2027

Moduły kształcenia podstawowego

Lp.	Kod przedmiotu	Nazwa przedmiotu/modułu kształcenia	E/O/ZAL	ECTS	Liczba godz.				Semestr																	
									sem. 1			sem. 2			sem. 3			sem 4			sem. 5			sem. 6		
					ogół.	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e
1	N1-00-BHP-1	Szkolenie wstępne z zakresu BHP	ZAL	0	4	0	0	4			4															
2	N1-00-RYNMED-1	Rynki medialne	E	4	30	14	16	0	14	16																
3	N1-00-FILKOM-2	Filozofia komunikacji	E	3	16	16	0	0				16														
4	N1-00-WIEKUL-2	Wiedza o kulturze	O	3	30	14	16	0				14	16													
5	N1-00-ETYKOM-4	Etyka komunikacji	E	2	12	12	0	0										12								
6	N1-00-SPOSIE-5	Społeczeństwo sieci	O	3	32	16	16	0													16	16				
7	N1-00-KOMPRZY1-1	Kompetencje przyszłości I	ZAL	2	12	0	12	0		12																
8	N1-00-KOMPRZY2-2	Kompetencje przyszłości II	ZAL	2	12	0	12	0					12													
9	N1-00-KOMPRZY3-3	Kompetencje przyszłości III	ZAL	2	12	0	12	0								12										
			RAZEM:	**21**	**160**	**72**	**84**	**4**	**14**	**28**	**4**	**30**	**28**	**0**	**0**	**12**	**0**	**12**	**0**	**0**	**16**	**16**	**0**	**0**	**0**	**0**

Moduły kształcenia kierunkowego

Lp.	Kod przedmiotu	Nazwa przedmiotu/modułu kształcenia	E/O/ZAL	ECTS	Liczba godz.				Semestr																	
									sem. 1			sem. 2			sem. 3			sem 4			sem. 5			sem. 6		
					ogół.	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e
1	N1-00-WPKOM-1	Wprowadzenie do nauki o komunikowaniu	E	4	20	20	0	0	20																	
2	N1-00-PROKOM-1	Projektowanie komunikacji	O	4	32	16	16	0	16	16																
3	N1-00-KOMZES-1	Komunikacja w zespołach	O	3	12	0	12	0		12																
4	N1-00-WPKUPO-1	Wprowadzenie do kultury popularnej	E	4	14	14	0	0	14																	
5	N1-00-PRAPIS-1	Praktyczne pisanie	O	3	20	0	20	0		20																
6	N1-00-WPKOWI-1	Wprowadzenie do komunikacji wizualnej	O	4	32	16	16	0	16	16																
7	N1-00-HISDES-2	Historia designu	E	3	14	14	0	0				14														
8	N1-00-CORIDE-2	Corporate Identity	O	2	14	0	14	0					14													
9	N1-00-KOMINT-1	Komunikacja interpersonalna	O	2	16	0	16	0		16																
10	N1-00-STRKOM-3	Strategie komunikacyjne	O	4	28	14	14	0							14	14										
11	N1-00-KRPIIN-3	Kreatywne pisanie w internecie	O	3	14	0	14	0								14										
12	N1-00-ELPSSP-4	Elementy psychologii społecznej	E	3	32	16	16	0										16	16							
13	N1-00-PRAAUT-6	Prawo autorskie	O	3	18	0	18	0																	18	
14	N1-00-SZINWP-4	Sztuczna inteligencja - wprowadzenie	O	2	16	0	16	0											16							
15	N1-00-MEPROS-4	Metody prezentacji osobistej	O	3	26	12	14	0										12	14							
16	N1-00-TECVR-5	Technologia VR	O	2	14	0	14	0														14				
17	N1-00-ANTEWI-5	Analiza tekstów wizerunkowych	O	2	18	0	12	6														12	6			
18	N1-00-STSTDE-2	Storytelling i story design	O	4	32	16	16	0				16	16													
19	N1-00-POPRKA-6	Podstawy pracy z kamerą i montaż	O	3	16	0	16	0																	16	
20	N1-00-ZRINKO-6	Źródła informacji w komunikacji wizerunkowej	O	2	16	0	16	0																	16	
21	N1-00-WAFORE-6	Warsztaty fotografii reklamowej	O	4	18	0	18	0																	18	
			RAZEM:	**64**	**422**	**138**	**278**	**6**	**66**	**80**	**0**	**30**	**30**	**0**	**14**	**28**	**0**	**28**	**46**	**0**	**0**	**26**	**6**	**0**	**68**	**0**

Moduły dyplomowe

Lp.	Kod przedmiotu	Nazwa przedmiotu/modułu kształcenia	E/O/ZAL	ECTS	Liczba godz.				Semestr																	
									sem. 1			sem. 2			sem. 3			sem 4			sem. 5			sem. 6		
					ogół.	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e
1	N1-00-SEMD1-5	Seminarium dyplomowe I	O	3	20	0	20	0														20				
2	N1-00-SEMD2-6	Seminarium dyplomowe II	O	7	20	0	20	0																	20	
			RAZEM:	**10**	**40**	**0**	**40**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**20**	**0**	**0**	**20**	**0**

Moduły kształcenia językowego

Lp.	Kod przedmiotu	Nazwa przedmiotu/modułu kształcenia	E/O/ZAL	ECTS	Liczba godz.				Semestr																	
									sem. 1			sem. 2			sem. 3			sem 4			sem. 5			sem. 6		
					ogół.	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e
1	N1-00-JĘZOBC1-3	Język obcy I (język angielski, język niemiecki)	O	4	76	0	16	60								16	60									
2	N1-00-JĘZOBC2-4	Język obcy II (język angielski, język niemiecki)	O	4	76	0	16	60											16	60						
3	N1-00-JĘZOBC3-5	Język obcy III (język angielski, język niemiecki)	E	4	76	0	16	60														16	60			
		RAZEM:		**12**	**228**	**0**	**48**	**180**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**16**	**60**	**0**	**16**	**60**	**0**	**16**	**60**	**0**	**0**	**0**

Moduły kształcenia w zakresie kultury fizycznej

Lp.	Kod przedmiotu	Nazwa przedmiotu/modułu kształcenia	E/O/ZAL	ECTS	Liczba godz.				Semestr																	
									sem. 1			sem. 2			sem. 3			sem 4			sem. 5			sem. 6		
					Ogół.	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e
1				0	0	0	0	0																		
2				0	0	0	0	0																		
		RAZEM:		**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**

Moduły praktyk kierunkowych

Lp.	Kod przedmiotu	Nazwa przedmiotu/modułu kształcenia	E/O/ZAL	ECTS	Liczba godz.				Semestr																	
									sem. 1			sem. 2			sem. 3			sem 4			sem. 5			sem. 6		
					Ogół.	WP	EW	prak.	WP	EW	prak.	WP	EW	prak.	WP	EW	prak.	WP	EW	prak.	WP	EW	prak.	WP	EW	prak.
1	N1-00-KPRAZ1-2	Kierunkowa praktyka zawodowa I	ZAL	10	250	2	10	238				2	10	238												
2	N1-00-KPRAZ2-3	Kierunkowa praktyka zawodowa II	ZAL	9	230	2	10	218							2	10	218									
		RAZEM:		**19**	**480**	**4**	**20**	**456**	**0**	**0**	**0**	**2**	**10**	**238**	**2**	**10**	**218**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**

Podsumowanie

Godziny

Lp.	Moduły	Liczba godz.				Semestr																	
						sem. 1			sem. 2			sem. 3			sem 4			sem. 5			sem. 6		
		Ogół.	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e
1	Moduły kształcenia podstawowego	160	72	84	4	14	28	4	30	28	0	0	12	0	12	0	0	16	16	0	0	0	0
2	Moduły kształcenia kierunkowego	422	138	278	6	66	80	0	30	30	0	14	28	0	28	46	0	0	26	6	0	68	0
3	Moduły dyplomowe	40	0	40	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	20	0	0	20	0
4	Moduły kształcenia językowego	228	0	48	180	0	0	0	0	0	0	0	16	60	0	16	60	0	16	60	0	0	0
5	Moduły kształcenia w zakresie kultury fizycznej	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Razem bez modułu praktyk kierunkowych:	**850**	**210**	**450**	**190**	**80**	**108**	**4**	**60**	**58**	**0**	**14**	**56**	**60**	**40**	**62**	**60**	**16**	**78**	**66**	**0**	**88**	**0**
	Moduły praktyk	Ogół.	WP	EW	prak.	WP	EW	prak.	WP	EW	prak.	WP	EW	prak.	WP	EW	prak.	WP	EW	prak.	WP	EW	prak.
6	Moduły praktyk kierunkowych	480	4	20	456	0	0	0	2	10	238	2	10	218	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	RAZEM z modułem praktyk kierunkowych:	**1330**				**192**			**368**			**360**			**162**			**160**			**88**		

Punkty ECTS

Lp.		Liczba punktów	Semestr					
			sem. 1	sem. 2	sem. 3	sem 4	sem. 5	sem. 6
1	Moduły kształcenia podstawowego	21	6	8	2	2	3	0
2	Moduły kształcenia kierunkowego	64	24	9	7	8	4	12
3	Moduły dyplomowe	10	0	0	0	0	3	7
4	Moduły kształcenia językowego	12	0	0	4	4	4	0
5	Moduły kształcenia w zakresie kultury fizycznej	0	0	0	0	0	0	0
6	Moduły praktyk kierunkowych	19	0	10	9	0	0	0
	RAZEM:	**126**	**30**	**27**	**22**	**14**	**14**	**19**
	Moduł kształcenia specjalnościowego:	*54*	*0*	*3*	*8*	*16*	*16*	*11*
	OGÓŁEM:	**180**	**30**	**30**	**30**	**30**	**30**	**30**
	Dopuszczalny deficyt punktowy po semetrze:		-5	-5	-5	-5	-5	-5

nowyZAMAR Wydział Studiów Stosowanych
Kierunek: **KOMUNIKACJA WIZERUNKOWA**
Moduł wybieralny: **Kampanie wizerunkowe w social mediach**
Stopień kształcenia: studia pierwszego stopnia **Czas trwania:** 6 semestrów
Forma studiów: niestacjonarna **Obowiązuje od roku akademickiego:** 2026/2027
Profil: praktyczny

Moduły kształcenia specjalnościowego

Lp.	Kod przedmiotu	Nazwa przedmiotu/modułu kształcenia	E/O/ZAL	ECTS	Liczba godz.				Semestr																	
									sem. 1			sem. 2			sem. 3			sem 4			sem. 5			sem. 6		
					Ogół.	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e
1	N1-00-NKREK-3	Nowoczesne kampanie reklamowe	O	3	12	0	12	0								12										
2	N1-00-ATM-3	Aktualne trendy marketingu	O	4	24	12	12	0							12	12										
3	N1-00-MIWP-4	Marka i wizerunek przedsiębiorstwa	O	4	24	12	12	0										12	12							
4	N1-00-WARB-5	Warsztaty brandingowe	O	3	12	0	12	0														12				
5	N1-00-PMC-5	Produkcja mediów cyfrowych	O	4	24	12	12	0													12	12				
6	N1-00-BMAI-4	Budowanie marki w internecie z wykorzystaniem AI (warsztat)	O	3	12	0	12	0											12							
7	N1-00-MIPR-5	Marketing i PR - definicje, techniki, narzędzia	O	4	24	12	12	0													12	12				
8	N1-00-PEK-6	Pomiar efektywności kampanii	O	3	12	0	12	0																	12	
9	N1-00-SBR-6	Strategie budowania relacji z mediami	O	4	24	12	12	0																12	12	
10	N1-00-TMIN-2	Techniki mediacji i negocjacji	O	3	24	12	12	0				12	12													
		RAZEM:		**35**	**192**	**72**	**120**	**0**	**0**	**0**	**0**	**12**	**12**	**0**	**12**	**24**	**0**	**12**	**24**	**0**	**24**	**36**	**0**	**12**	**24**	**0**

Moduły praktyk specjalnościowych

Lp.	Kod przedmiotu	Nazwa przedmiotu/modułu kształcenia	E/O/ZAL	ECTS	Liczba godz.				Semestr																	
									sem. 1			sem. 2			sem. 3			sem 4			sem. 5			sem. 6		
					Ogół.	WP	EW	prak.	WP	EW	prak.	WP	EW	prak.	WP	EW	prak.	WP	EW	prak.	WP	EW	prak.	WP	EW	prak.
1	N1-00-SPRAZ1-4	Specjalnościowa praktyka zawodowa I	ZAL	10	250	2	10	238										2	10	238						
2	N1-00-SPRAZ2-5	Specjalnościowa praktyka zawodowa II	ZAL	9	230	2	10	218													2	10	218			
		RAZEM:		**19**	**480**	**4**	**20**	**456**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**2**	**10**	**238**	**2**	**10**	**218**	**0**	**0**	**0**

Podsumowanie

Godziny

Lp.	Moduły	Liczba godz.				Semestr																	
						sem. 1			sem. 2			sem. 3			sem 4			sem. 5			sem. 6		
		Ogół.	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e
1	Moduły kształcenia podstawowego	160	72	84	4	14	28	4	30	28	0	0	12	0	12	0	0	16	16	0	0	0	0
2	Moduły kształcenia kierunkowego	422	138	278	6	66	80	0	30	30	0	14	28	0	28	46	0	0	26	6	0	68	0
3	Moduły dyplomowe	40	0	40	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	20	0	0	20	0
4	Moduły kształcenia językowego	228	0	48	180	0	0	0	0	0	0	0	16	60	0	16	60	0	16	60	0	0	0
5	Moduły kształcenia w zakresie kultury fizycznej	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
6	Moduły kształcenia specjalnościowego	192	72	120	0	0	0	0	12	12	0	12	24	0	12	24	0	24	36	0	12	24	0
	Ogółem bez praktyk	**1042**	**282**	**570**	**190**	**80**	**108**	**4**	**72**	**70**	**0**	**26**	**80**	**60**	**52**	**86**	**60**	**40**	**114**	**66**	**12**	**112**	**0**
						192			**142**			**166**			**198**			**220**			**124**		
	Moduły praktyk	Ogół.	WP	EW	prak.	WP	EW	prak.	WP	EW	prak.	WP	EW	prak.	WP	EW	prak.	WP	EW	prak.	WP	EW	prak.
7	Moduły praktyk kierunkowych	480	4	20	456	0	0	0	2	10	238	2	10	218	0	0	0	0	0	0	0	0	0
8	Moduły praktyk specjalnościowych	480	4	20	456	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	10	238	2	10	218	0	0	0
	Ogółem praktyki	**960**	**8**	**40**	**912**	**0**	**0**	**0**	**2**	**10**	**238**	**2**	**10**	**218**	**2**	**10**	**238**	**2**	**10**	**218**	**0**	**0**	**0**
	OGÓŁEM:	**2002**				**192**			**392**			**396**			**448**			**450**			**124**		

Punkty ECTS

Lp.		Liczba punktów	Semestr					
			sem. 1	sem. 2	sem. 3	sem 4	sem. 5	sem. 6
1	Moduły kształcenia podstawowego	21	6	8	2	2	3	0
2	Moduły kształcenia kierunkowego	64	24	9	7	8	4	12
3	Moduły dyplomowe	10	0	0	0	0	3	7
4	Moduły kształcenia językowego	12	0	0	4	4	4	0
5	Moduły kształcenia w zakresie kultury fizycznej	0	0	0	0	0	0	0
6	Moduły kształcenia specjalnościowego	35	0	3	7	7	11	7
	Ogółem bez praktyk	**142**	**30**	**20**	**20**	**21**	**25**	**26**
7	Moduły praktyk kierunkowych	19	0	10	9	0	0	0
8	Moduły praktyk specjalnościowych	19	0	0	0	10	9	0
	Ogółem praktyki	**38**	**0**	**10**	**9**	**10**	**9**	**0**
	OGÓŁEM:	**180**	**30**	**30**	**29**	**31**	**34**	**26**

Liczba godzin bez praktyk w Instytucji, zajęć e-learningowych i projektów	**900**
Liczba godzin zajęć e-learningowych i projektów	**190**
Liczba godzin praktyk w Instytucji	**912**
Łączna liczba godzin w programie	**2002**

nowyZAMAR Wydział Studiów Stosowanych
Kierunek: **KOMUNIKACJA WIZERUNKOWA**
Moduł wybieralny: **Zarządzanie marką**
Stopień kształcenia: studia pierwszego stopnia
Forma studiów: niestacjonarna
Profil: praktyczny

Czas trwania: 6 semestrów
Obowiązuje od roku akademickiego: 2026/2027

Moduły kształcenia specjalnościowego

Lp.	Kod przedmiotu	Nazwa przedmiotu/modułu kształcenia	E/O/ZAL	ECTS	Liczba godz.				Semestr																	
									sem. 1			sem. 2			sem. 3			sem 4			sem. 5			sem. 6		
					Ogół.	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e
1	N1-00-MMR-3	Miejsce marki na rynku	O	3	12	0	12	0								12										
2	N1-00-MTNA-3	Mechanizmy tworzenia narracji	O	4	24	12	12	0							12	12										
3	N1-00-OKW-4	Obraz w kreowaniu wizerunku (warsztat)	O	3	12	0	12	0											12							
4	N1-00-MOP-4	Monitoring opinii	O	4	24	12	12	0										12	12							
5	N1-00-NNPR-2	Nowoczesne narzędzia PR	O	3	24	12	12	0				12	12													
6	N1-00-OSMA-5	Osobowość marki	O	4	24	12	12	0													12	12				
7	N1-00-ZATC-5	Zarządzanie tożsamością cyfrową	O	3	12	0	12	0														12				
8	N1-00-OWIP-5	Ocena wartości i pozycji marki (warsztat)	O	3	12	0	12	0														12				
9	N1-00-ZAWWIK-6	Zarządzanie wizerunkiem własnym i klientów	O	4	24	12	12	0																12	12	
10	N1-00-CRM-6	Customer Relations Management	O	4	24	12	12	0																12	12	
		RAZEM:		**35**	**192**	**72**	**120**	**0**	**0**	**0**	**0**	**12**	**12**	**0**	**12**	**24**	**0**	**12**	**24**	**0**	**12**	**36**	**0**	**24**	**24**	**0**

Moduły praktyk specjalnościowych

Lp.	Kod przedmiotu	Nazwa przedmiotu/modułu kształcenia	E/O/ZAL	ECTS	Liczba godz.				Semestr																	
									sem. 1			sem. 2			sem. 3			sem 4			sem. 5			sem. 6		
					Ogół.	WP	EW	prak.	WP	EW	prak.	WP	EW	prak.	WP	EW	prak.	WP	EW	prak.	WP	EW	prak.	WP	EW	prak.
1	N1-00-SPRAZ1-4	Specjalnościowa praktyka zawodowa I	ZAL	10	250	2	10	238										2	10	238						
2	N1-00-SPRAZ2-5	Specjalnościowa praktyka zawodowa II	ZAL	9	230	2	10	218													2	10	218			
		RAZEM:		**19**	**480**	**4**	**20**	**456**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**2**	**10**	**238**	**2**	**10**	**218**	**0**	**0**	**0**

Podsumowanie

Godziny

Lp.	Moduły	Liczba godz.				Semestr																	
						sem. 1			sem. 2			sem. 3			sem 4			sem. 5			sem. 6		
		Ogół.	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e
1	Moduły kształcenia podstawowego	160	72	84	4	14	28	4	30	28	0	0	12	0	12	0	0	16	16	0	0	0	0
2	Moduły kształcenia kierunkowego	422	138	278	6	66	80	0	30	30	0	14	28	0	28	46	0	0	26	6	0	68	0
3	Moduły dyplomowe	40	0	40	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	20	0	0	20	0
4	Moduły kształcenia językowego	228	0	48	180	0	0	0	0	0	0	0	16	60	0	16	60	0	16	60	0	0	0
5	Moduły kształcenia w zakresie kultury fizycznej	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
6	Moduły kształcenia specjalnościowego	192	72	120	0	0	0	0	12	12	0	12	24	0	12	24	0	12	36	0	24	24	0
	Ogółem bez praktyk	**1042**	**282**	**570**	**190**	**80**	**108**	**4**	**72**	**70**	**0**	**26**	**80**	**60**	**52**	**86**	**60**	**28**	**114**	**66**	**24**	**112**	**0**
						192			**142**			**166**			**198**			**208**			**136**		
	Moduły praktyk	Ogół.	WP	EW	prak.	WP	EW	prak.	WP	EW	prak.	WP	EW	prak.	WP	EW	prak.	WP	EW	prak.	WP	EW	prak.
7	Moduły praktyk kierunkowych	480	4	20	456	0	0	0	2	10	238	2	10	218	0	0	0	0	0	0	0	0	0
8	Moduły praktyk specjalnościowych	480	4	20	456	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	10	238	2	10	218	0	0	0
	Ogółem praktyki	**960**	**8**	**40**	**912**	**0**	**0**	**0**	**2**	**10**	**238**	**2**	**10**	**218**	**2**	**10**	**238**	**2**	**10**	**218**	**0**	**0**	**0**
	OGÓŁEM:	**2002**				**192**			**392**			**396**			**448**			**438**			**136**		

Punkty ECTS

Lp.		Liczba punktów	Semestr					
			sem. 1	sem. 2	sem. 3	sem 4	sem. 5	sem. 6
1	Moduły kształcenia podstawowego	21	6	8	2	2	3	0
2	Moduły kształcenia kierunkowego	64	24	9	7	8	4	12
3	Moduły dyplomowe	10	0	0	0	0	3	7
4	Moduły kształcenia językowego	12	0	0	4	4	4	0
5	Moduły kształcenia w zakresie kultury fizycznej	0	0	0	0	0	0	0
6	Moduły kształcenia specjalnościowego	35	0	3	7	7	10	8
	Ogółem bez praktyk	**142**	**30**	**20**	**20**	**21**	**24**	**27**
7	Moduły praktyk kierunkowych	19	0	10	9	0	0	0
8	Moduły praktyk specjalnościowych	19	0	0	0	10	9	0
	Ogółem praktyki	**38**	**0**	**10**	**9**	**10**	**9**	**0**
	OGÓŁEM:	**180**	**30**	**30**	**29**	**31**	**33**	**27**

Liczba godzin bez praktyk w Instytucji, zajęć e-learningowych i projektów	**900**
Liczba godzin zajęć e-learningowych i projektów	**190**
Liczba godzin praktyk w Instytucji	**912**
Łączna liczba godzin w programie	**2002**

Wydział: Wydział Studiów Stosowanych
Kierunek: **KOMUNIKACJA WIZERUNKOWA**
Moduł wybieralny: **Marketing eventów**
Stopień kształcenia: studia pierwszego stopnia
Forma studiów: niestacjonarna
Profil: praktyczny

Czas trwania: 6 semestrów
Obowiązuje od roku akademickiego: 2026/2027

Moduły kształcenia specjalnościowego

Lp.	Kod przedmiotu	Nazwa przedmiotu/modułu kształcenia	E/O/ZAL	ECTS	Liczba godz.				Semestr																	
									sem. 1			sem. 2			sem. 3			sem 4			sem. 5			sem. 6		
					Ogół.	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e
1	N1-00-KOW-3	Komunikacja wizualna	O	4	24	12	12	0							12	12										
2	N1-00-SPIF-3	Sponsoring i finansowanie	O	4	24	12	12	0							12	12										
3	N1-00-PREB-2	Prezentacje biznesowe (warsztat)	O	3	12	0	12	0					12													
4	N1-00-ESIK-4	Eventy sportowe i kulturalne	O	3	12	0	12	0											12							
5	N1-00-ACHA-4	Akcje charytatywne	O	3	12	0	12	0											12							
6	N1-00-KWIN-5	Kreowanie wizerunku instytucji	O	4	24	12	12	0													12	12				
7	N1-00-PREP-5	Premiera produktu - techniki	O	4	24	12	12	0													12	12				
8	N1-00-WEBIN-5	Webinaria - transmisje i wirtualne pokoje (warsztat)	O	3	12	0	12	0														12				
9	N1-00-EHYB-6	Eventy hybrydowe	O	4	24	12	12	0																12	12	
10	N1-00-EBR-6	Employer Branding	O	3	24	12	12	0																12	12	
		RAZEM:		**35**	**192**	**72**	**120**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**12**	**0**	**24**	**24**	**0**	**0**	**24**	**0**	**24**	**36**	**0**	**24**	**24**	**0**

Moduły praktyk specjalnościowych

Lp.	Kod przedmiotu	Nazwa przedmiotu/modułu kształcenia	E/O/ZAL	ECTS	Liczba godz.				Semestr																	
									sem. 1			sem. 2			sem. 3			sem 4			sem. 5			sem. 6		
					Ogół.	WP	EW	prak.	WP	EW	prak.	WP	EW	prak.	WP	EW	prak.	WP	EW	prak.	WP	EW	prak.	WP	EW	prak.
1	N1-00-SPRAZ1-4	Specjalnościowa praktyka zawodowa I	ZAL	10	250	2	10	238										2	10	238						
2	N1-00-SPRAZ2-5	Specjalnościowa praktyka zawodowa II	ZAL	9	230	2	10	218													2	10	218			
		RAZEM:		**19**	**480**	**4**	**20**	**456**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**2**	**10**	**238**	**2**	**10**	**218**	**0**	**0**	**0**

Podsumowanie

Godziny

Lp.	Moduły	Liczba godz.				Semestr																	
						sem. 1			sem. 2			sem. 3			sem 4			sem. 5			sem. 6		
		Ogół.	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e
1	Moduły kształcenia podstawowego	160	72	84	4	14	28	4	30	28	0	0	12	0	12	0	0	16	16	0	0	0	0
2	Moduły kształcenia kierunkowego	422	138	278	6	66	80	0	30	30	0	14	28	0	28	46	0	0	26	6	0	68	0
3	Moduły dyplomowe	40	0	40	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	20	0	0	20	0
4	Moduły kształcenia językowego	228	0	48	180	0	0	0	0	0	0	0	16	60	0	16	60	0	16	60	0	0	0
5	Moduły kształcenia w zakresie kultury fizycznej	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
6	Moduły kształcenia specjalnościowego	192	72	120	0	0	0	0	0	12	0	24	24	0	0	24	0	24	36	0	24	24	0
	Ogółem bez praktyk	**1042**	**282**	**570**	**190**	**80**	**108**	**4**	**60**	**70**	**0**	**38**	**80**	**60**	**40**	**86**	**60**	**40**	**114**	**66**	**24**	**112**	**0**
						192			**130**			**178**			**186**			**220**			**136**		
	Moduły praktyk	Ogół.	WP	EW	prak.	WP	EW	prak.	WP	EW	prak.	WP	EW	prak.	WP	EW	prak.	WP	EW	prak.	WP	EW	prak.
7	Moduły praktyk kierunkowych	480	4	20	456	0	0	0	2	10	238	2	10	218	0	0	0	0	0	0	0	0	0
8	Moduły praktyk specjalnościowych	480	4	20	456	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	10	238	2	10	218	0	0	0
	Ogółem praktyki	**960**	**8**	**40**	**912**	**0**	**0**	**0**	**2**	**10**	**238**	**2**	**10**	**218**	**2**	**10**	**238**	**2**	**10**	**218**	**0**	**0**	**0**
	OGÓŁEM:	**2002**				**192**			**380**			**408**			**436**			**450**			**136**		

Punkty ECTS

Lp.		Liczba punktów	Semestr					
			sem. 1	sem. 2	sem. 3	sem 4	sem. 5	sem. 6
1	Moduły kształcenia podstawowego	21	6	8	2	2	3	0
2	Moduły kształcenia kierunkowego	64	24	9	7	8	4	12
3	Moduły dyplomowe	10	0	0	0	0	3	7
4	Moduły kształcenia językowego	12	0	0	4	4	4	0
5	Moduły kształcenia w zakresie kultury fizycznej	0	0	0	0	0	0	0
6	Moduły kształcenia specjalnościowego	35	0	3	8	6	11	7
	Ogółem bez praktyk	**142**	**30**	**20**	**21**	**20**	**25**	**26**
7	Moduły praktyk kierunkowych	19	0	10	9	0	0	0
8	Moduły praktyk specjalnościowych	19	0	0	0	10	9	0
	Ogółem praktyki	**38**	**0**	**10**	**9**	**10**	**9**	**0**
	OGÓŁEM:	**180**	**30**	**30**	**30**	**30**	**34**	**26**

Liczba godzin bez praktyk w Instytucji, zajęć e-learningowych i projektów	**900**
Liczba godzin zajęć e-learningowych i projektów	**190**
Liczba godzin praktyk w Instytucji	**912**
Łączna liczba godzin w programie	**2002**

Wydział: Wydział Studiów Stosowanych
Kierunek: **KOMUNIKACJA WIZERUNKOWA**
Stopień kształcenia: studia pierwszego stopnia
Forma studiów: stacjonarna
Profil: praktyczny
dyscyplina wiodąca: nauki o komunikacji społecznej i mediach - 100%
Czas trwania: 6 semestrów
Obowiązuje od roku akademickiego: 2026/2027

Moduły kształcenia podstawowego

Lp.	Kod przedmiotu	Nazwa przedmiotu/modułu kształcenia	E/O/ZAL	ECTS	Liczba godz.				Semestr																	
									sem. 1			sem. 2			sem. 3			sem 4			sem. 5			sem. 6		
					ogół.	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e
1	S1-00-BHP-1	Szkolenie wstępne z zakresu BHP	ZAL	0	4	0	0	4			4															
2	S1-00-RYNMED-1	Rynki medialne	E	4	40	20	20	0	20	20																
3	S1-00-FILKOM-2	Filozofia komunikacji	E	3	30	30	0	0				30														
4	S1-00-WIEKUL-2	Wiedza o kulturze	O	3	40	20	20	0				20	20													
5	S1-00-ETYKOM-4	Etyka komunikacji	E	2	30	30	0	0										30								
6	S1-00-SPOSIE-5	Społeczeństwo sieci	O	3	60	30	30	0													30	30				
7	S1-00-KOMPRZY1-1	Kompetencje przyszłości I	ZAL	2	16	0	16	0		16																
8	S1-00-KOMPRZY2-2	Kompetencje przyszłości II	ZAL	2	16	0	16	0					16													
9	S1-00-KOMPRZY3-3	Kompetencje przyszłości III	ZAL	2	16	0	16	0								16										
			RAZEM:	**21**	**252**	**130**	**118**	**4**	**20**	**36**	**4**	**50**	**36**	**0**	**0**	**16**	**0**	**30**	**0**	**0**	**30**	**30**	**0**	**0**	**0**	**0**

Moduły kształcenia kierunkowego

Lp.	Kod przedmiotu	Nazwa przedmiotu/modułu kształcenia	E/O/ZAL	ECTS	Liczba godz.				Semestr																	
									sem. 1			sem. 2			sem. 3			sem 4			sem. 5			sem. 6		
					ogół.	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e
1	S1-00-WPKOM-1	Wprowadzenie do nauki o komunikowaniu	E	4	32	32	0	0	32																	
2	S1-00-PROKOM-1	Projektowanie komunikacji	O	4	60	30	30	0	30	30																
3	S1-00-KOMZES-1	Komunikacja w zespołach	O	3	30	0	30	0		30																
4	S1-00-WPKUPO-1	Wprowadzenie do kultury popularnej	E	4	30	30	0	0	30																	
5	S1-00-PRAPIS-1	Praktyczne pisanie	O	3	30	0	30	0		30																
6	S1-00-WPKOWI-1	Wprowadzenie do komunikacji wizualnej	O	4	50	30	20	0	30	20																
7	S1-00-HISDES-2	Historia designu	E	3	28	28	0	0				28														
8	S1-00-CORIDE-2	Corporate Identity	O	2	18	0	18	0					18													
9	S1-00-KOMINT-1	Komunikacja interpersonalna	O	2	20	0	20	0		20																
10	S1-00-STRKOM-3	Strategie komunikacyjne	O	4	36	18	18	0							18	18										
11	S1-00-KRPIIN-3	Kreatywne pisanie w internecie	O	3	28	0	28	0								28										
12	S1-00-ELPSSP-4	Elementy psychologii społecznej	E	3	50	30	20	0										30	20							
13	S1-00-PRAAUT-6	Prawo autorskie	O	3	32	0	32	0																	32	
14	S1-00-SZINWP-4	Sztuczna inteligencja - wprowadzenie	O	2	20	0	20	0											20							
15	S1-00-MEPROS-4	Metody prezentacji osobistej	O	3	44	24	20	0										24	20							
16	S1-00-TECVR-5	Technologia VR	O	2	28	0	28	0														28				
17	S1-00-ANTEWI-5	Analiza tekstów wizerunkowych	O	2	32	0	26	6														26	6			
18	S1-00-STSTDE-2	Storytelling i story design	O	4	50	30	20	0				30	20													
19	S1-00-POPRKA-6	Podstawy pracy z kamerą i montaż	O	3	30	0	30	0																	30	
20	S1-00-ZRINKO-6	Źródła informacji w komunikacji wizerunkowej	O	2	20	0	20	0																	20	
21	S1-00-WAFORE-6	Warsztaty fotografii reklamowej	O	4	30	0	30	0																	30	
			RAZEM:	**64**	**698**	**252**	**440**	**6**	**122**	**130**	**0**	**58**	**38**	**0**	**18**	**46**	**0**	**54**	**60**	**0**	**0**	**54**	**6**	**0**	**112**	**0**

Moduły dyplomowe

Lp.	Kod przedmiotu	Nazwa przedmiotu/modułu kształcenia	E/O/ZAL	ECTS	Liczba godz.				Semestr																	
									sem. 1			sem. 2			sem. 3			sem 4			sem. 5			sem. 6		
					ogół.	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e
1	S1-00-SEMD1-5	Seminarium dyplomowe I	O	3	30	0	30	0														30				
2	S1-00-SEMD2-6	Seminarium dyplomowe II	O	7	30	0	30	0																	30	

RAZEM:				**10**	**60**	**0**	**60**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**30**	**0**	**0**	**30**	**0**

Moduły kształcenia językowego

Lp.	Kod przedmiotu	Nazwa przedmiotu/modułu kształcenia	E/O/ZAL	ECTS	Liczba godz.				Semestr																	
									sem. 1			sem. 2			sem. 3			sem 4			sem. 5			sem. 6		
					ogół.	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e
1	S1-00-JĘZOBC1-3	Język obcy I (język angielski, język niemiecki)	O	4	84	0	24	60								24	60									
2	S1-00-JĘZOBC2-4	Język obcy II (język angielski, język niemiecki)	O	4	84	0	24	60											24	60						
3	S1-00-JĘZOBC3-5	Język obcy III (język angielski, język niemiecki)	E	4	84	0	24	60														24	60			
		RAZEM:		**12**	**252**	**0**	**72**	**180**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**24**	**60**	**0**	**24**	**60**	**0**	**24**	**60**	**0**	**0**	**0**

Moduły kształcenia w zakresie kultury fizycznej

Lp.	Kod przedmiotu	Nazwa przedmiotu/modułu kształcenia	E/O/ZAL	ECTS	Liczba godz.				Semestr																	
									sem. 1			sem. 2			sem. 3			sem 4			sem. 5			sem. 6		
					Ogół.	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e
1	S1-00-WF1-3	Wychowanie fizyczne I	ZAL	0	30	0	30	0								30										
2	S1-00-WF2-4	Wychowanie fizyczne II	ZAL	0	30	0	30	0											30							
		RAZEM:		**0**	**60**	**0**	**60**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**30**	**0**	**0**	**30**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**

Moduły praktyk kierunkowych

Lp.	Kod przedmiotu	Nazwa przedmiotu/modułu kształcenia	E/O/ZAL	ECTS	Liczba godz.				Semestr																	
									sem. 1			sem. 2			sem. 3			sem 4			sem. 5			sem. 6		
					Ogół.	WP	EW	prak.	WP	EW	prak.	WP	EW	prak.	WP	EW	prak.	WP	EW	prak.	WP	EW	prak.	WP	EW	prak.
1	S1-00-KPRAZ1-2	Kierunkowa praktyka zawodowa I	ZAL	10	250	2	10	238				2	10	238												
2	S1-00-KPRAZ2-3	Kierunkowa praktyka zawodowa II	ZAL	9	230	2	10	218							2	10	218									
		RAZEM:		**19**	**480**	**4**	**20**	**456**	**0**	**0**	**0**	**2**	**10**	**238**	**2**	**10**	**218**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**

Podsumowanie

Godziny

Lp.	Moduły	Liczba godz.				Semestr																	
						sem. 1			sem. 2			sem. 3			sem 4			sem. 5			sem. 6		
		Ogół.	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e
1	Moduły kształcenia podstawowego	252	130	118	4	20	36	4	50	36	0	0	16	0	30	0	0	30	30	0	0	0	0
2	Moduły kształcenia kierunkowego	698	252	440	6	122	130	0	58	38	0	18	46	0	54	60	0	0	54	6	0	112	0
3	Moduły dyplomowe	60	0	60	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	30	0	0	30	0
4	Moduły kształcenia językowego	252	0	72	180	0	0	0	0	0	0	0	24	60	0	24	60	0	24	60	0	0	0
5	Moduły kształcenia w zakresie kultury fizycznej	60	0	60	0	0	0	0	0	0	0	0	30	0	0	30	0	0	0	0	0	0	0
	Razem bez modułu praktyk kierunkowych:	**1322**	**382**	**750**	**190**	**142**	**166**	**4**	**108**	**74**	**0**	**18**	**116**	**60**	**84**	**114**	**60**	**30**	**138**	**66**	**0**	**142**	**0**
	Moduły praktyk	Ogół.	WP	EW	prak.	WP	EW	prak.	WP	EW	prak.	WP	EW	prak.	WP	EW	prak.	WP	EW	prak.	WP	EW	prak.
6	Moduły praktyk kierunkowych	480	4	20	456	0	0	0	2	10	238	2	10	218	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	RAZEM z modułem praktyk kierunkowych:	**1802**				**312**			**432**			**424**			**258**			**234**			**142**		

Punkty ECTS

Lp.		Liczba punktów	Semestr					
			sem. 1	sem. 2	sem. 3	sem 4	sem. 5	sem. 6
1	Moduły kształcenia podstawowego	21	6	8	2	2	3	0
2	Moduły kształcenia kierunkowego	64	24	9	7	8	4	12
3	Moduły dyplomowe	10	0	0	0	0	3	7
4	Moduły kształcenia językowego	12	0	0	4	4	4	0
5	Moduły kształcenia w zakresie kultury fizycznej	0	0	0	0	0	0	0
6	Moduły praktyk kierunkowych	19	0	10	9	0	0	0
	RAZEM:	**126**	**30**	**27**	**22**	**14**	**14**	**19**
	Moduł kształcenia specjalnościowego:	*54*	*0*	*3*	*8*	*16*	*16*	*11*
	OGÓŁEM:	**180**	**30**	**30**	**30**	**30**	**30**	**30**
	Dopuszczalny deficyt punktowy po semetrze:		-5	-5	-5	-5	-5	-5

Wydział: Wydział Studiów Stosowanych
Kierunek: **KOMUNIKACJA WIZERUNKOWA**
Moduł wybieralny: **Kampanie wizerunkowe w social mediach**
Stopień kształcenia: studia pierwszego stopnia
Forma studiów: stacjonarna
Profil: praktyczny

Czas trwania: 6 semestrów
Obowiązuje od roku akademickiego: 2026/2027

Moduły kształcenia specjalnościowego

Lp.	Kod przedmiotu	Nazwa przedmiotu/modułu kształcenia	E/O/ZAL	ECTS	Liczba godz.				Semestr																	
									sem. 1			sem. 2			sem. 3			sem 4			sem. 5			sem. 6		
					Ogół.	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e
1	S1-00-NKREK-3	Nowoczesne kampanie reklamowe	O	3	30	0	30	0								30										
2	S1-00-ATM-3	Aktualne trendy marketingu	O	4	50	20	30	0							20	30										
3	S1-00-MIWP-4	Marka i wizerunek przedsiębiorstwa	O	4	50	20	30	0										20	30							
4	S1-00-BMAI-4	Budowanie marki w internecie z wykorzystaniem AI (warsztat)	O	3	30	0	30	0											30							
5	S1-00-TMIN-2	Techniki mediacji i negocjacji	O	3	50	20	30	0				20	30													
6	S1-00-WARB-5	Warsztaty brandingowe	O	3	30	0	30	0														30				
7	S1-00-PMC-5	Produkcja mediów cyfrowych	O	4	50	20	30	0													20	30				
8	S1-00-MIPR-5	Marketing i PR - definicje, techniki, narzędzia	O	4	50	20	30	0													20	30				
9	S1-00-PEK-6	Pomiar efektywności kampanii	O	3	30	0	30	0																	30	
10	S1-00-SBR-6	Strategie budowania relacji z mediami	O	4	50	20	30	0																20	30	
		RAZEM:		**35**	**420**	**120**	**300**	**0**	**0**	**0**	**0**	**20**	**30**	**0**	**20**	**60**	**0**	**20**	**60**	**0**	**40**	**90**	**0**	**20**	**60**	**0**

Moduły praktyk specjalnościowych

Lp.	Kod przedmiotu	Nazwa przedmiotu/modułu kształcenia	E/O/ZAL	ECTS	Liczba godz.				Semestr																	
									sem. 1			sem. 2			sem. 3			sem 4			sem. 5			sem. 6		
					Ogół.	WP	EW	prak.	WP	EW	prak.	WP	EW	prak.	WP	EW	prak.	WP	EW	prak.	WP	EW	prak.	WP	EW	prak.
1	S1-00-SPRAZ1-4	Specjalnościowa praktyka zawodowa I	ZAL	10	250	2	10	238										2	10	238						
2	S1-00-SPRAZ2-5	Specjalnościowa praktyka zawodowa II	ZAL	9	230	2	10	218													2	10	218			
		RAZEM:		**19**	**480**	**4**	**20**	**456**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**2**	**10**	**238**	**2**	**10**	**218**	**0**	**0**	**0**

Podsumowanie

Godziny

Lp.	Moduły	Liczba godz.				Semestr																	
						sem. 1			sem. 2			sem. 3			sem 4			sem. 5			sem. 6		
		Ogół.	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e
1	Moduły kształcenia podstawowego	252	130	118	4	20	36	4	50	36	0	0	16	0	30	0	0	30	30	0	0	0	0
2	Moduły kształcenia kierunkowego	698	252	440	6	122	130	0	58	38	0	18	46	0	54	60	0	0	54	6	0	112	0
3	Moduły dyplomowe	60	0	60	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	30	0	0	30	0
4	Moduły kształcenia językowego	252	0	72	180	0	0	0	0	0	0	0	24	60	0	24	60	0	24	60	0	0	0
5	Moduły kształcenia w zakresie kultury fizycznej	60	0	60	0	0	0	0	0	0	0	0	30	0	0	30	0	0	0	0	0	0	0
6	Moduły kształcenia specjalnościowego	420	120	300	0	0	0	0	20	30	0	20	60	0	20	60	0	40	90	0	20	60	0
	Ogółem bez praktyk	**1742**	**502**	**1050**	**190**	**142**	**166**	**4**	**128**	**104**	**0**	**38**	**176**	**60**	**104**	**174**	**60**	**70**	**228**	**66**	**20**	**202**	**0**
						312			**232**			**274**			**338**			**364**			**222**		
	Moduły praktyk	Ogół.	WP	EW	prak.	WP	EW	prak.	WP	EW	prak.	WP	EW	prak.	WP	EW	prak.	WP	EW	prak.	WP	EW	prak.
7	Moduły praktyk kierunkowych	480	4	20	456	0	0	0	2	10	238	2	10	218	0	0	0	0	0	0	0	0	0
8	Moduły praktyk specjalnościowych	480	4	20	456	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	10	238	2	10	218	0	0	0
	Ogółem praktyki	**960**	**8**	**40**	**912**	**0**	**0**	**0**	**2**	**10**	**238**	**2**	**10**	**218**	**2**	**10**	**238**	**2**	**10**	**218**	**0**	**0**	**0**
	OGÓŁEM:	**2702**				**312**			**482**			**504**			**588**			**594**			**222**		

Punkty ECTS

Lp.		Liczba punktów	Semestr					
			sem. 1	sem. 2	sem. 3	sem 4	sem. 5	sem. 6
1	Moduły kształcenia podstawowego	21	6	8	2	2	3	0
2	Moduły kształcenia kierunkowego	64	24	9	7	8	4	12
3	Moduły dyplomowe	10	0	0	0	0	3	7
4	Moduły kształcenia językowego	12	0	0	4	4	4	0
5	Moduły kształcenia w zakresie kultury fizycznej	0	0	0	0	0	0	0
6	Moduły kształcenia specjalnościowego	35	0	3	7	7	11	7
	Ogółem bez praktyk	**142**	**30**	**20**	**20**	**21**	**25**	**26**
7	Moduły praktyk kierunkowych	19	0	10	9	0	0	0
8	Moduły praktyk specjalnościowych	19	0	0	0	10	9	0
	Ogółem praktyki	**38**	**0**	**10**	**9**	**10**	**9**	**0**
	OGÓŁEM:	**180**	**30**	**30**	**29**	**31**	**34**	**26**

Liczba godzin bez praktyk w Instytucji, zajęć e-learningowych i projektów	**1600**
Liczba godzin zajęć e-learningowych i projektów	**190**
Liczba godzin praktyk w Instytucji	**912**
Łączna liczba godzin w programie	**2702**

Wydział: Wydział Studiów Stosowanych
Kierunek: **KOMUNIKACJA WIZERUNKOWA**
Moduł wybieralny: **Zarządzanie marką**
Stopień kształcenia: studia pierwszego stopnia
Forma studiów: stacjonarna
Profil: praktyczny

Czas trwania: 6 semestrów
Obowiązuje od roku akademickiego: 2026/2027

Moduły kształcenia specjalnościowego

Lp.	Kod przedmiotu	Nazwa przedmiotu/modułu kształcenia	E/O/ZAL	ECTS	Liczba godz.				Semestr																	
									sem. 1			sem. 2			sem. 3			sem 4			sem. 5			sem. 6		
					Ogół.	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e
1	S1-00-MMR-3	Miejsce marki na rynku	O	3	30	0	30	0								30										
2	S1-00-MTNA-3	Mechanizmy tworzenia narracji	O	4	50	20	30	0							20	30										
3	S1-00-OKW-4	Obraz w kreowaniu wizerunku (warsztat)	O	3	30	0	30	0											30							
4	S1-00-MOP-4	Monitoring opinii	O	4	50	20	30	0										20	30							
5	S1-00-NNPR-2	Nowoczesne narzędzia PR	O	3	50	20	30	0				20	30													
6	S1-00-OSMA-5	Osobowość marki	O	4	50	20	30	0													20	30				
7	S1-00-ZATC-5	Zarządzanie tożsamością cyfrową	O	3	30	0	30	0														30				
8	S1-00-OWIP-5	Ocena wartości i pozycji marki (warsztat)	O	3	30	0	30	0														30				
9	S1-00-ZAWWIK-6	Zarządzanie wizerunkiem własnym i klientów	O	4	50	20	30	0																20	30	
10	S1-00-CRM-6	Customer Relations Management	O	4	50	20	30	0																20	30	
		RAZEM:		**35**	**420**	**120**	**300**	**0**	**0**	**0**	**0**	**20**	**30**	**0**	**20**	**60**	**0**	**20**	**60**	**0**	**20**	**90**	**0**	**40**	**60**	**0**

Moduły praktyk specjalnościowych

Lp.	Kod przedmiotu	Nazwa przedmiotu/modułu kształcenia	E/O/ZAL	ECTS	Liczba godz.				Semestr																	
									sem. 1			sem. 2			sem. 3			sem 4			sem. 5			sem. 6		
					Ogół.	WP	EW	prak.	WP	EW	prak.	WP	EW	prak.	WP	EW	prak.	WP	EW	prak.	WP	EW	prak.	WP	EW	prak.
1	S1-00-SPRAZ1-4	Specjalnościowa praktyka zawodowa I	ZAL	10	250	2	10	238										2	10	238						
2	S1-00-SPRAZ2-5	Specjalnościowa praktyka zawodowa II	ZAL	9	230	2	10	218													2	10	218			
		RAZEM:		**19**	**480**	**4**	**20**	**456**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**2**	**10**	**238**	**2**	**10**	**218**	**0**	**0**	**0**

Podsumowanie

Godziny

Lp.	Moduły	Liczba godz.				Semestr																	
						sem. 1			sem. 2			sem. 3			sem 4			sem. 5			sem. 6		
		Ogół.	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e
1	Moduły kształcenia podstawowego	252	130	118	4	20	36	4	50	36	0	0	16	0	30	0	0	30	30	0	0	0	0
2	Moduły kształcenia kierunkowego	698	252	440	6	122	130	0	58	38	0	18	46	0	54	60	0	0	54	6	0	112	0
3	Moduły dyplomowe	60	0	60	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	30	0	0	30	0
4	Moduły kształcenia językowego	252	0	72	180	0	0	0	0	0	0	0	24	60	0	24	60	0	24	60	0	0	0
5	Moduły kształcenia w zakresie kultury fizycznej	60	0	60	0	0	0	0	0	0	0	0	30	0	0	30	0	0	0	0	0	0	0
6	Moduły kształcenia specjalnościowego	420	120	300	0	0	0	0	20	30	0	20	60	0	20	60	0	20	90	0	40	60	0
	Ogółem bez praktyk	**1742**	**502**	**1050**	**190**	**142**	**166**	**4**	**128**	**104**	**0**	**38**	**176**	**60**	**104**	**174**	**60**	**50**	**228**	**66**	**40**	**202**	**0**
						312			**232**			**274**			**338**			**344**			**242**		
	Moduły praktyk	Ogół.	WP	EW	prak.	WP	EW	prak.	WP	EW	prak.	WP	EW	prak.	WP	EW	prak.	WP	EW	prak.	WP	EW	prak.
7	Moduły praktyk kierunkowych	480	4	20	456	0	0	0	2	10	238	2	10	218	0	0	0	0	0	0	0	0	0
8	Moduły praktyk specjalnościowych	480	4	20	456	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	10	238	2	10	218	0	0	0
	Ogółem praktyki	**960**	**8**	**40**	**912**	**0**	**0**	**0**	**2**	**10**	**238**	**2**	**10**	**218**	**2**	**10**	**238**	**2**	**10**	**218**	**0**	**0**	**0**
	OGÓŁEM:	**2702**				**312**			**482**			**504**			**588**			**574**			**242**		

Punkty ECTS

Lp.		Liczba punktów	Semestr					
			sem. 1	sem. 2	sem. 3	sem 4	sem. 5	sem. 6
1	Moduły kształcenia podstawowego	21	6	8	2	2	3	0
2	Moduły kształcenia kierunkowego	64	24	9	7	8	4	12
3	Moduły dyplomowe	10	0	0	0	0	3	7
4	Moduły kształcenia językowego	12	0	0	4	4	4	0
5	Moduły kształcenia w zakresie kultury fizycznej	0	0	0	0	0	0	0
6	Moduły kształcenia specjalnościowego	35	0	3	7	7	10	8
	Ogółem bez praktyk	**142**	**30**	**20**	**20**	**21**	**24**	**27**
7	Moduły praktyk kierunkowych	19	0	10	9	0	0	0
8	Moduły praktyk specjalnościowych	19	0	0	0	10	9	0
	Ogółem praktyki	**38**	**0**	**10**	**9**	**10**	**9**	**0**
	OGÓŁEM:	**180**	**30**	**30**	**29**	**31**	**33**	**27**

Liczba godzin bez praktyk w Instytucji, zajęć e-learningowych i projektów	**1600**
Liczba godzin zajęć e-learningowych i projektów	**190**
Liczba godzin praktyk w Instytucji	**912**
Łączna liczba godzin w programie	**2702**

Wydział: Wydział Studiów Stosowanych
Kierunek: **KOMUNIKACJA WIZERUNKOWA**
Moduł wybieralny: **Marketing eventów**
Stopień kształcenia: studia pierwszego stopnia
Forma studiów: stacjonarna
Profil: praktyczny

Czas trwania: 6 semestrów
Obowiązuje od roku akademickiego: 2026/2027

Moduły kształcenia specjalnościowego

Lp.	Kod przedmiotu	Nazwa przedmiotu/modułu kształcenia	E/O/ZAL	ECTS	Liczba godz.				Semestr																	
									sem. 1			sem. 2			sem. 3			sem 4			sem. 5			sem. 6		
					Ogół.	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e
1	S1-00-KOW-3	Komunikacja wizualna	O	4	50	20	30	0							20	30										
2	S1-00-SPIF-3	Sponsoring i finansowanie	O	4	50	20	30	0							20	30										
3	S1-00-PREB-2	Prezentacje biznesowe (warsztat)	O	3	30	0	30	0					30													
4	S1-00-ESIK-4	Eventy sportowe i kulturalne	O	3	30	0	30	0											30							
5	S1-00-ACHA-4	Akcje charytatywne	O	3	30	0	30	0											30							
6	S1-00-KWIN-5	Kreowanie wizerunku instytucji	O	4	50	20	30	0													20	30				
7	S1-00-PREP-5	Premiera produktu - techniki	O	4	50	20	30	0													20	30				
8	S1-00-WEBIN-5	Webinaria - transmisje i wirtualne pokoje (warsztat)	O	3	30	0	30	0														30				
9	S1-00-EHYB-6	Eventy hybrydowe	O	4	50	20	30	0																20	30	
10	S1-00-EBR-6	Employer Branding	O	3	50	20	30	0																20	30	
		RAZEM:		**35**	**420**	**120**	**300**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**30**	**0**	**40**	**60**	**0**	**0**	**60**	**0**	**40**	**90**	**0**	**40**	**60**	**0**

Moduły praktyk specjalnościowych

Lp.	Kod przedmiotu	Nazwa przedmiotu/modułu kształcenia	E/O/ZAL	ECTS	Liczba godz.				Semestr																	
									sem. 1			sem. 2			sem. 3			sem 4			sem. 5			sem. 6		
					Ogół.	WP	EW	prak.	WP	EW	prak.	WP	EW	prak.	WP	EW	prak.	WP	EW	prak.	WP	EW	prak.	WP	EW	prak.
1	S1-00-SPRAZ1-4	Specjalnościowa praktyka zawodowa I	ZAL	10	250	2	10	238										2	10	238						
2	S1-00-SPRAZ2-5	Specjalnościowa praktyka zawodowa II	ZAL	9	230	2	10	218													2	10	218			
		RAZEM:		**19**	**480**	**4**	**20**	**456**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**2**	**10**	**238**	**2**	**10**	**218**	**0**	**0**	**0**

Podsumowanie

Godziny

Lp.	Moduły	Liczba godz.				Semestr																	
						sem. 1			sem. 2			sem. 3			sem 4			sem. 5			sem. 6		
		Ogół.	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e
1	Moduły kształcenia podstawowego	252	130	118	4	20	36	4	50	36	0	0	16	0	30	0	0	30	30	0	0	0	0
2	Moduły kształcenia kierunkowego	698	252	440	6	122	130	0	58	38	0	18	46	0	54	60	0	0	54	6	0	112	0
3	Moduły dyplomowe	60	0	60	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	30	0	0	30	0
4	Moduły kształcenia językowego	252	0	72	180	0	0	0	0	0	0	0	24	60	0	24	60	0	24	60	0	0	0
5	Moduły kształcenia w zakresie kultury fizycznej	60	0	60	0	0	0	0	0	0	0	0	30	0	0	30	0	0	0	0	0	0	0
6	Moduły kształcenia specjalnościowego	420	120	300	0	0	0	0	0	30	0	40	60	0	0	60	0	40	90	0	40	60	0
	Ogółem bez praktyk	**1742**	**502**	**1050**	**190**	**142**	**166**	**4**	**108**	**104**	**0**	**58**	**176**	**60**	**84**	**174**	**60**	**70**	**228**	**66**	**40**	**202**	**0**
						312			**212**			**294**			**318**			**364**			**242**		
	Moduły praktyk	Ogół.	WP	EW	prak.	WP	EW	prak.	WP	EW	prak.	WP	EW	prak.	WP	EW	prak.	WP	EW	prak.	WP	EW	prak.
7	Moduły praktyk kierunkowych	480	4	20	456	0	0	0	2	10	238	2	10	218	0	0	0	0	0	0	0	0	0
8	Moduły praktyk specjalnościowych	480	4	20	456	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	10	238	2	10	218	0	0	0
	Ogółem praktyki	**960**	**8**	**40**	**912**	**0**	**0**	**0**	**2**	**10**	**238**	**2**	**10**	**218**	**2**	**10**	**238**	**2**	**10**	**218**	**0**	**0**	**0**
	OGÓŁEM:	**2702**				**312**			**462**			**524**			**568**			**594**			**242**		

Punkty ECTS

Lp.		Liczba punktów	Semestr					
			sem. 1	sem. 2	sem. 3	sem 4	sem. 5	sem. 6
1	Moduły kształcenia podstawowego	21	6	8	2	2	3	0
2	Moduły kształcenia kierunkowego	64	24	9	7	8	4	12
3	Moduły dyplomowe	10	0	0	0	0	3	7
4	Moduły kształcenia językowego	12	0	0	4	4	4	0
5	Moduły kształcenia w zakresie kultury fizycznej	0	0	0	0	0	0	0
6	Moduły kształcenia specjalnościowego	35	0	3	8	6	11	7
	Ogółem bez praktyk	**142**	**30**	**20**	**21**	**20**	**25**	**26**
7	Moduły praktyk kierunkowych	19	0	10	9	0	0	0
8	Moduły praktyk specjalnościowych	19	0	0	0	10	9	0
	Ogółem praktyki	**38**	**0**	**10**	**9**	**10**	**9**	**0**
	OGÓŁEM:	**180**	**30**	**30**	**30**	**30**	**34**	**26**

Liczba godzin bez praktyk w Instytucji, zajęć e-learningowych i projektów	**1600**
Liczba godzin zajęć e-learningowych i projektów	**190**
Liczba godzin praktyk w Instytucji	**912**
Łączna liczba godzin w programie	**2702**

Macierz efektów uczenia się

Uczelnia:	**Uniwersytet Dolnośląski DSW we Wrocławiu**
Wydział:	**Studiów Stosowanych**
Kierunek:	**KOMUNIKACJA WIZERUNKOWA**
Stopień kształcenia:	**pierwszy**
Profil:	**praktyczny**
Czas trwania	**6 semestrów**
Obowiązuje od roku akademickiego	**2026/2027**

OPIS KIERUNKOWYCH EFEKTÓW UCZENIA SIĘ Po zakończeniu studiów absolwent osiąga następujące efekty uczenia się:	Symbol efektu uczenia się dla kierunku	Symbol charakterystyk	Stopień nasycenia efektu uczenia się	Moduły kształcenia podstawowego									Moduły kształcenia kierunkowego																							Moduły kształcenia językowego			Moduły przygotowania pracy dyplomowej		Moduły praktyk kierunkowych	
				Rynki medialne	Filozofia komunikacji	Wiedza o kulturze	Etyka komunikacji	Społeczeństwo sieci	Kompetencje przyszłości I	Kompetencje przyszłości II	Kompetencje przyszłości III		Wprowadzenie do nauki o komunikowaniu	Projektowanie komunikacji	Komunikacja w zespołach	Wprowadzenie do kultury popularnej	Praktyczne pisanie	Wprowadzenie do komunikacji wizualnej	Historia designu	Corporate Identity	Komunikacja interpersonalna	Strategie komunikacyjne	Kreatywne pisanie w internecie	Elementy psychologii społecznej	Prawo autorskie	Sztuczna inteligencja - wprowadzenie	Metody prezentacji osobistej	Technologia VR	Analiza tekstów wizerunkowych	Storytelling i story design	Podstawy pracy z kamerą i montaż	Źródła informacji w komunikacji wizerunkowej	Warsztaty fotografii reklamowej			Język obcy I (język angielski, język niemiecki)	Język obcy II (język angielski, język niemiecki)	Język obcy III (język angielski, język niemiecki)	Seminarium dyplomowe I	Seminarium dyplomowe II	Kierunkowa praktyka zawodowa I	Kierunkowa praktyka zawodowa II
WIEDZA absolwent zna i rozumie:				**4**	**2**	**2**	**2**	**2**	**1**	**1**	**1**	**0**	**3**	**5**	**2**	**2**	**2**	**5**	**2**	**3**	**2**	**3**	**2**	**2**	**4**	**3**	**4**	**2**	**2**	**2**	**2**	**3**	**2**	**0**	**0**	**1**	**1**	**1**	**4**	**4**	**4**	**4**
reguły funkcjonowania rynków medialnych w Polsce i na świecie oraz zasady ich rozwoju w poszerzonym zakresie, również w kontekście politycznym.	KW1P_W01	P6U_W; P6S_WG;	**8**	**1**		**1**																			**1**	**1**													**1**	**1**	**1**	**1**
potrzeby wizerunkowe wybranych organizacji z różnych sektorów rynkowych oraz otoczenia politycznego.	KW1P_W02	P6S_WG; P6S_WK;	**14**	**1**										**1**				**1**	**1**	**1**		**1**			**1**		**1**		**1**		**1**	**1**	**1**								**1**	**1**
specyfikę sztucznej inteligencji i kierunków jej rozwoju oraz potencjał jej użyteczności na potrzeby komunikacji wizerunkowej	KW1P_W03	P6U_W; P6S_WG; P6S_WK	**6**														**1**					**1**	**1**			**1**														**1**	**1**		
w sposób zaawansowany teorie komunikacji, procesy komunikacyjne, także w polityce i związki pomiędzy komunikacją a społeczeństwem	KW1P_W04	P6U_W; P6S_WG; P6S_WK	**12**	**1**	**1**		**1**	**1**					**1**	**1**	**1**			**1**			**1**			**1**																**1**	**1**		
strategie zarządzania wizerunkiem oraz sposoby budowania marki uwzględniając jej specyfikę	KW1P_W05	P6S_WG; P6S_WK	**9**											**1**				**1**	**1**	**1**		**1**					**1**	**1**	**1**		**1**											
sposoby monitorowania wizerunku i monitorowania efektywności działań komunikacyjnych oraz zarządzania komunikacją w sytuacji kryzysowej	KW1P_W06	P6S_WG; P6S_WK	**8**											**1**				**1**		**1**					**1**		**1**			**1**		**1**	**1**									
sposoby skutecznego wykorzystywania mediów społecznościowych, narzędzi komunikacji cyfrowej, zarządzania treściami w środowisku sieciowym na potrzeby komunikacji wizerunkowej	KW1P_W07	P6U_W; P6S_WG; P6S_WK	**10**				**1**	**1**					**1**	**1**		**1**	**1**				**1**		**1**	**1**			**1**															
reguły planowania kampanii i sposoby budowania relacji z mediami uwzględniając specyfikę różnych mediów	KW1P_W08	P6U_W; P6S_WG; P6S_WK	**6**															**1**							**1**			**1**		**1**											**1**	**1**
metody badania opinii publicznej oraz wartość poznawczą danych uzyskanych tymi metodami	KW1P_W09	P6U_W; P6S_WG; P6S_WK	**4**																							**1**							**1**							**1**	**1**		
elementy komunikacji międzykulturowej, różnic w komunikacji, skutecznych strategii komunikacji w kontekście różnych kultur i społeczeństw	KW1P_W10	P6S_WG; P6S_WK	**14**	**1**	**1**	**1**			**1**	**1**	**1**		**1**		**1**	**1**																					**1**	**1**	**1**			**1**	**1**
UMIEJĘTNOŚCI absolwent potrafi:				**3**	**1**	**2**	**3**	**3**	**0**	**0**	**0**	**0**	**2**	**4**	**2**	**3**	**3**	**2**	**2**	**4**	**2**	**4**	**3**	**2**	**2**	**2**	**4**	**2**	**2**	**2**	**2**	**2**	**3**	**0**	**0**	**2**	**2**	**2**	**4**	**4**	**4**	**4**
filtrować informacje pozyskane z różnych źródeł i wykorzystywać je w celach zawodowych w zakresie komunikacji wizerunkowej	KW1P_U01	P6S_UW; P6S_UK;	**14**		**1**		**1**	**1**					**1**	**1**		**1**			**1**						**1**					**1**		**1**								**1**	**1**	**1**	**1**
zastosować najnowocześniejsze narzędzia (kamera, mikrofon, AI, VR etc.) w tworzeniu kontentu medialnego	KW1P_U02	P6U_U; P6S_UW; P6S_UK; P6S_UU;	**12**														**1**			**1**		**1**	**1**			**1**	**1**	**1**			**1**									**1**	**1**	**1**	**1**
umiejętnie tworzyć treści, z uwzględnieniem grup odbiorczych i typów mediów	KW1P_U03	P6U_U; P6S_UW; P6S_UK; P6S_UU;	**21**	**1**		**1**								**1**		**1**	**1**		**1**	**1**		**1**	**1**	**1**	**1**		**1**		**1**	**1**	**1**		**1**			**1**	**1**	**1**			**1**	**1**
wykorzystywać media społecznościowe jako narzędzie komunikacji dla celów wizerunkowych	KW1P_U04	P6S_UK P6S_UW; P6S_UO;	**13**	**1**			**1**	**1**					**1**	**1**		**1**	**1**	**1**		**1**			**1**				**1**		**1**				**1**										
wykorzystać umiejętności w zakresie zarządzania komunikacją w sytuacjach kryzysowych, a także umiejętność komunikacji interpersonalnej	KW1P_U05	P6S_UK; P6S_UO; P6S_UU;	**7**			**1**	**1**													**1**	**1**	**1**		**1**			**1**															
planować działania zespołu realizującego projekty marketingowe i wizerunkowe	KW1P_U06	P6U_U; P6S_UU;	**9**											**1**	**1**						**1**	**1**												**1**						**1**	**1**	**1**	**1**

planować nowe rozwiązania informacyjne wykorzystując najnowsze technologie i ich narzędzia w celu realizacji zadań organizacji	KW1P_U07	P6S_UO; P6S_UU;	**4**					**1**										**1**								**1**		**1**														
odczytywać analizy rynkowe w celu optymalizacji działań kierowanego zespołu	KW1P_U08	P6S_UW;	**5**	**1**											**1**																	**1**							**1**	**1**		
posługiwać się językiem obcym na poziomie B2 Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego z uwzględnieniem słownictwa specjalistycznego właściwego dla kierunku komunikacja wizerunkowa	KW1P_U09	P6S_UK; P6S_UU;	**3**																																	**1**	**1**	**1**				
KOMPETENCJE SPOŁECZNE absolwent jest gotów do:				**1**	**2**	**2**	**2**	**2**	**2**	**2**	**2**	**0**	**2**	**3**	**1**	**2**	**3**	**1**	**1**	**0**	**1**	**1**	**1**	**2**	**1**	**1**	**2**	**1**	**2**	**1**	**1**	**1**	**1**	**0**	**0**	**2**	**2**	**2**	**2**	**2**	**3**	**3**
komunikacji interpersonalnej, precyzyjnego wyrażania swoich poglądów i budowania pozytywnych relacji między stronami odwołując się do wiedzy eksperckiej	KW1P_K01	P6U_K; P6S_KK	**15**		**1**	**1**							**1**	**1**	**1**		**1**				**1**						**1**									**1**	**1**	**1**	**1**	**1**	**1**	**1**
podejmowania działań komunikacyjnych dla potrzeb wizerunkowych wybranych organizacji z zachowaniem zasad etycznych z uwzględnieniem społecznej odpowiedzialności	KW1P_K02	P6U_K; P6S_KK	**15**	**1**	**1**		**1**	**1**						**1**			**1**	**1**	**1**			**1**					**1**	**1**	**1**				**1**								**1**	**1**
wykazywania empatii dla różnorodnych perspektyw, wartości i kultur i uwzględniania jej w procesie komunikacji	KW1P_K03	P6S_KO	**10**			**1**	**1**		**1**	**1**	**1**					**1**								**1**													**1**	**1**	**1**				
poszerzania branżowej wiedzy i rozwijania dorobku zawodowego wykorzystując osiągnięcia napływające różnymi kanałami ze świata	KW1P_K04	P6U_K; P6S_KR	**20**					**1**	**1**	**1**	**1**		**1**	**1**		**1**	**1**						**1**	**1**	**1**	**1**			**1**	**1**	**1**	**1**							**1**	**1**	**1**	**1**

Macierz efektów uczenia się

Uczelnia:	**Uniwersytet Dolnośląski DSW we Wrocławiu**
Wydział:	**Studiów Stosowanych**
Kierunek:	**KOMUNIKACJA WIZERUNKOWA**
Moduł kształcenia wybieralnego / w zakresie	**Kampanie wizerunkowe**
Stopień kształcenia:	**pierwszy**
Profil:	**praktyczny**
Czas trwania	**6 semestrów**
Obowiązuje od roku akademickiego	**2026/2027**

OPIS KIERUNKOWYCH EFEKTÓW UCZENIA SIĘ **Po zakończeniu studiów absolwent osiąga następujące efekty uczenia się:**	**Symbol efektu uczenia się dla kierunku**	**Symbol charakterystyk**	**Stopień nasycenia efektu uczenia się**	**Moduły praktyk specjalnościowych**		**Moduły kształcenia wybieralnego (kształcenie w zakresie)**												
				Specjalnościowa praktyka zawodowa I	Specjalnościowa praktyka zawodowa II	Nowoczesne kampanie reklamowe	Aktualne trendy marketingu	Marka i wizerunek przedsiębiorstwa	Warsztaty brandingowe	Produkcja mediów cyfrowych	Budowanie marki w internecie z	Marketing i PR - definicje, techniki, narzędzia	Pomiar efektywności kampanii	Startegia budowania relacji z mediami	Techniki mediacji i negocjacji			
WIEDZA **absolwent zna i rozumie:**				**2**	**2**	**6**	**4**	**5**	**3**	**2**	**5**	**7**	**5**	**7**	**3**	**0**	**0**	**0**
reguły funkcjonowania rynków medialnych w Polsce i na świecie oraz zasady ich rozwoju w poszerzonym zakresie, również w kontekście politycznym.	KW1P_W01	P6U_W; P6S_WG;	**3**			**1**						**1**		**1**				
potrzeby wizerunkowe wybranych organizacji z różnych sektorów rynkowych oraz otoczenia politycznego.	KW1P_W02	P6S_WG; P6S_WK;	**6**			**1**	**1**	**1**	**1**		**1**	**1**						
specyfikę sztucznej inteligencji i kierunków jej rozwoju oraz potencjał jej użyteczności na potrzeby komunikacji wizerunkowej	KW1P_W03	P6U_W; P6S_WG; P6S_WK	**7**			**1**	**1**		**1**	**1**	**1**		**1**	**1**				
w sposób zaawansowany teorie komunikacji, procesy komunikacyjne, także w polityce i związki pomiędzy komunikacją a społeczeństwem	KW1P_W04	P6U_W; P6S_WG; P6S_WK	**5**					**1**			**1**	**1**		**1**	**1**			
strategie zarządzania wizerunkiem oraz sposoby budowania marki uwzględniając jej specyfikę	KW1P_W05	P6S_WG; P6S_WK	**8**	**1**	**1**	**1**	**1**	**1**	**1**		**1**	**1**						

sposoby monitorowania wizerunku i monitorowania efektywności działań komunikacyjnych oraz zarządzania komunikacją w sytuacji kryzysowej	KW1P_W06	P6S_WG; P6S_WK	**5**					**1**			**1**	**1**	**1**		**1**			
sposoby skutecznego wykorzystywania mediów społecznościowych, narzędzi komunikacji cyfrowej, zarządzania treściami w środowisku sieciowym na potrzeby komunikacji wizerunkowej	KW1P_W07	P6U_W; P6S_WG; P6S_WK	**5**			**1**				**1**		**1**	**1**	**1**				
reguły planowania kampanii i sposoby budowania relacji z mediami uwzględniając specyfikę różnych mediów	KW1P_W08	P6U_W; P6S_WG; P6S_WK	**7**	**1**	**1**	**1**	**1**					**1**	**1**	**1**				
metody badania opinii publicznej oraz wartość poznawczą danych uzyskanych tymi metodami	KW1P_W09	P6U_W; P6S_WG; P6S_WK	**3**					**1**					**1**	**1**				
elementy komunikacji międzykulturowej, różnic w komunikacji, skutecznych strategii komunikacji w kontekście różnych kultur i społeczeństw	KW1P_W10	P6S_WG; P6S_WK	**2**											**1**	**1**			
UMIEJĘTNOŚCI absolwent potrafi:				**2**	**2**	**5**	**5**	**6**	**2**	**4**	**4**	**6**	**4**	**4**	**4**	**0**	**0**	**0**
filtrować informacje pozyskane z różnych źródeł i wykorzystywać je w celach zawodowych w zakresie komunikacji wizerunkowej	KW1P_U01	P6S_UW; P6S_UK;	**4**			**1**		**1**					**1**		**1**			
zastosować najnowocześniejsze narzędzia (kamera, mikrofon, AI, VR etc.) w tworzeniu kontentu medialnego	KW1P_U02	P6U_U; P6S_UW; P6S_UK;	**5**			**1**	**1**		**1**	**1**	**1**							
umiejętnie tworzyć treści, z uwzględnieniem grup odbiorczych i typów mediów	KW1P_U03	P6U_U; P6S_UW; P6S_UK;	**7**			**1**	**1**	**1**		**1**		**1**		**1**	**1**			
wykorzystywać media społecznościowe jako narzędzie komunikacji dla celów wizerunkowych	KW1P_U04	P6S_UK P6S_UW; P6S_UO;	**6**			**1**		**1**	**1**	**1**		**1**		**1**				
wykorzystać umiejętności w zakresie zarządzania komunikacją w sytuacjach kryzysowych, a także umiejętność komunikacji interpersonalnej	KW1P_U05	P6S_UK; P6S_UO; P6S_UU;	**7**				**1**	**1**			**1**	**1**	**1**	**1**	**1**			
planować działania zespołu realizującego projekty marketingowe i wizerunkowe	KW1P_U06	P6U_U; P6S_UU;	**4**	**1**	**1**		**1**					**1**						
planować nowe rozwiązania informacyjne wykorzystując najnowsze technologie i ich narzędzia w celu realizacji zadań organizacji	KW1P_U07	P6S_UO; P6S_UU;	**5**				**1**			**1**	**1**	**1**	**1**					
odczytywać analizy rynkowe w celu optymalizacji działań kierowanego zespołu	KW1P_U08	P6S_UW;	**5**	**1**	**1**			**1**					**1**	**1**				
posługiwać się językiem obcym na poziomie B2 Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego z uwzględnieniem słownictwa specjalistycznego właściwego dla kierunku komunikacja wizerunkowa	KW1P_U09	P6S_UK; P6S_UU;	**5**			**1**		**1**			**1**	**1**			**1**			

KOMPETENCJE SPOŁECZNE absolwent jest gotów do:				2	2	2	2	2	1	2	1	2	1	2	3	0	0	0
komunikacji interpersonalnej, precyzyjnego wyrażania swoich poglądów i budowania pozytywnych relacji między stronami odwołując się do wiedzy eksperckiej	KW1P_K01	P6U_K; P6S_KK	5	1	1			1						1	1			
podejmowania działań komunikacyjnych dla potrzeb wizerunkowych wybranych organizacji z zachowaniem zasad etycznych z uwzględnieniem społecznej odpowiedzialności	KW1P_K02	P6U_K; P6S_KK	6			1	1	1		1		1			1			
wykazywania empatii dla różnorodnych perspektyw, wartości i kultur i uwzględniania jej w procesie komunikacji	KW1P_K03	P6S_KO	4			1						1		1	1			
poszerzania branżowej wiedzy i rozwijania dorobku zawodowego wykorzystując osiągnięcia napływające różnymi kanałami ze świata	KW1P_K04	P6U_K; P6S_KR	7	1	1		1		1	1	1		1					

Macierz efektów uczenia się

Uczelnia:	**Uniwersytet Dolnośląski DSW we Wrocławiu**
Wydział:	**Studiów Stosowanych**
Kierunek:	**KOMUNIKACJA WIZERUNKOWA**
Moduł kształcenia wybieralnego / w zakresie	**Marketing eventów**
Stopień kształcenia:	**pierwszy**
Profil:	**praktyczny**
Czas trwania	**6 semestrów**
Obowiązuje od roku akademickiego	**2026/2027**

OPIS KIERUNKOWYCH EFEKTÓW UCZENIA SIĘ **Po zakończeniu studiów absolwent osiąga następujące efekty uczenia się:**	**Symbol efektu uczenia się dla kierunku**	**Symbol charakterystyk**	**Stopień nasycenia efektu uczenia się**	**Moduły praktyk specjalnościowych**		**Moduły kształcenia wybieralnego (kształcenie w zakresie)**												
				Specjalnościowa praktyka zawodowa I	Specjalnościowa praktyka zawodowa II	Komunikacja wizualna	Sponsoring i finansowanie	Prezentacje biznesowe Warsztat	Eventy sportowe i kulturalne	Akcje charytatywne	Kreowanie wizerunku instytucji	Premiera produktu - techniki	Webinaria - transmisje i wirtualne pokoje Warsztat	Eventy hybrydowej	Employer Branding			
WIEDZA **absolwent zna i rozumie:**				**2**	**2**	**6**	**2**	**6**	**7**	**6**	**7**	**5**	**4**	**7**	**7**	**0**	**0**	**0**
reguły funkcjonowania rynków medialnych w Polsce i na świecie oraz zasady ich rozwoju w poszerzonym zakresie, również w kontekście politycznym.	KW1P_W01	P6U_W; P6S_WG;	**5**					**1**	**1**	**1**			**1**	**1**				
potrzeby wizerunkowe wybranych organizacji z różnych sektorów rynkowych oraz otoczenia politycznego.	KW1P_W02	P6S_WG; P6S_WK;	**7**			**1**		**1**	**1**	**1**	**1**			**1**	**1**			
specyfikę sztucznej inteligencji i kierunków jej rozwoju oraz potencjał jej użyteczności na potrzeby komunikacji wizerunkowej	KW1P_W03	P6U_W; P6S_WG; P6S_WK	**4**								**1**	**1**	**1**		**1**			
w sposób zaawansowany teorie komunikacji, procesy komunikacyjne, także w polityce i związki pomiędzy komunikacją a społeczeństwem	KW1P_W04	P6U_W; P6S_WG; P6S_WK	**7**			**1**		**1**	**1**	**1**	**1**			**1**	**1**			
strategie zarządzania wizerunkiem oraz sposoby budowania marki uwzględniając jej specyfikę	KW1P_W05	P6S_WG; P6S_WK	**9**	**1**	**1**	**1**	**1**		**1**		**1**	**1**		**1**	**1**			
sposoby monitorowania wizerunku i monitorowania efektywności działań komunikacyjnych oraz zarządzania komunikacją w sytuacji kryzysowej	KW1P_W06	P6S_WG; P6S_WK	**5**			**1**		**1**		**1**	**1**				**1**			

sposoby skutecznego wykorzystywania mediów społecznościowych, narzędzi komunikacji cyfrowej, zarządzania treściami w środowisku sieciowym na potrzeby komunikacji wizerunkowej	KW1P_W07	P6U_W; P6S_WG; P6S_WK	**7**			**1**		**1**	**1**		**1**	**1**	**1**	**1**				
reguły planowania kampanii i sposoby budowania relacji z mediami uwzględniając specyfikę różnych mediów	KW1P_W08	P6U_W; P6S_WG; P6S_WK	**7**	**1**	**1**				**1**	**1**	**1**			**1**	**1**			
metody badania opinii publicznej oraz wartość poznawczą danych uzyskanych tymi metodami	KW1P_W09	P6U_W; P6S_WG; P6S_WK	**4**				**1**			**1**		**1**			**1**			
elementy komunikacji międzykulturowej, różnic w komunikacji, skutecznych strategii komunikacji w kontekście różnych kultur i społeczeństw	KW1P_W10	P6S_WG; P6S_WK	**6**			**1**		**1**	**1**			**1**	**1**	**1**				
UMIEJĘTNOŚCI absolwent potrafi:				**2**	**2**	**4**	**3**	**5**	**7**	**6**	**4**	**6**	**6**	**7**	**5**	**0**	**0**	**0**
filtrować informacje pozyskane z różnych źródeł i wykorzystywać je w celach zawodowych w zakresie komunikacji wizerunkowej	KW1P_U01	P6S_UW; P6S_UK;	**6**			**1**		**1**	**1**		**1**			**1**	**1**			
zastosować najnowocześniejsze narzędzia (kamera, mikrofon, AI, VR etc.) w tworzeniu kontentu medialnego	KW1P_U02	P6U_U; P6S_UW; P6S_UK;	**8**			**1**			**1**	**1**	**1**	**1**	**1**	**1**	**1**			
umiejętnie tworzyć treści, z uwzględnieniem grup odbiorczych i typów mediów	KW1P_U03	P6U_U; P6S_UW; P6S_UK;	**7**				**1**	**1**	**1**	**1**		**1**	**1**	**1**				
wykorzystywać media społecznościowe jako narzędzie komunikacji dla celów wizerunkowych	KW1P_U04	P6S_UK P6S_UW; P6S_UO;	**4**							**1**	**1**	**1**			**1**			
wykorzystać umiejętności w zakresie zarządzania komunikacją w sytuacjach kryzysowych, a także umiejętność komunikacji interpersonalnej	KW1P_U05	P6S_UK; P6S_UO; P6S_UU;	**6**			**1**			**1**		**1**		**1**	**1**	**1**			
planować działania zespołu realizującego projekty marketingowe i wizerunkowe	KW1P_U06	P6U_U; P6S_UU;	**9**	**1**	**1**		**1**	**1**	**1**	**1**		**1**	**1**	**1**				
planować nowe rozwiązania informacyjne wykorzystując najnowsze technologie i ich narzędzia w celu realizacji zadań organizacji	KW1P_U07	P6S_UO; P6S_UU;	**5**			**1**			**1**	**1**			**1**	**1**				
odczytywać analizy rynkowe w celu optymalizacji działań kierowanego zespołu	KW1P_U08	P6S_UW;	**6**	**1**	**1**		**1**	**1**				**1**			**1**			
posługiwać się językiem obcym na poziomie B2 Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego z uwzględnieniem słownictwa specjalistycznego właściwego dla kierunku komunikacja wizerunkowa	KW1P_U09	P6S_UK; P6S_UU;	**6**					**1**	**1**	**1**		**1**	**1**	**1**				
KOMPETENCJE SPOŁECZNE absolwent jest gotów do:				**2**	**2**	**3**	**1**	**2**	**3**	**3**	**1**	**2**	**2**	**3**	**1**	**0**	**0**	**0**

komunikacji interpersonalnej, precyzyjnego wyrażania swoich poglądów i budowania pozytywnych relacji między stronami odwołując się do wiedzy eksperckiej	KW1P_K01	P6U_K; P6S_KK	**7**	**1**	**1**			**1**	**1**	**1**			**1**	**1**				
podejmowania działań komunikacyjnych dla potrzeb wizerunkowych wybranych organizacji z zachowaniem zasad etycznych z uwzględnieniem społecznej odpowiedzialności	KW1P_K02	P6U_K; P6S_KK	**8**			**1**		**1**	**1**	**1**	**1**	**1**		**1**	**1**			
wykazywania empatii dla różnorodnych perspektyw, wartości i kultur i uwzględniania jej w procesie komunikacji	KW1P_K03	P6S_KO	**5**			**1**			**1**	**1**			**1**	**1**				
poszerzania branżowej wiedzy i rozwijania dorobku zawodowego wykorzystując osiągnięcia napływające różnymi kanałami ze świata	KW1P_K04	P6U_K; P6S_KR	**5**	**1**	**1**	**1**	**1**					**1**						

Macierz efektów uczenia się

Uczelnia:	**Uniwersytet Dolnośląski DSW we Wrocławiu**
Wydział:	**Studiów Stosowanych**
Kierunek:	**KOMUNIKACJA WIZERUNKOWA**
Moduł kształcenia wybieralnego / w zakresie	**Zarządzanie marką**
Stopień kształcenia:	**pierwszy**
Profil:	**praktyczny**
Czas trwania	**6 semestrów**
Obowiązuje od roku akademickiego	**2026/2027**

OPIS KIERUNKOWYCH EFEKTÓW UCZENIA SIĘ **Po zakończeniu studiów absolwent osiąga następujące efekty uczenia się:**	**Symbol efektu uczenia się dla kierunku**	**Symbol charakterystyk**	**Stopień nasycenia efektu uczenia się**	**Moduły praktyk specjalnościowych**		**Moduły kształcenia wybieralnego (kształcenie w zakresie)**												
				Specjalnościowa praktyka zawodowa I	Specjalnościowa praktyka zawodowa II	Miejsce marki na rynku	Mechanizmy tworzenia narracji	Obraz w kreowaniu wizerunku Warsztat	Monitoring opinii	Nowoczesne narzędzia PR	Osobowość marki	Zarządzanie tożsamością cyfrową	Ocena wartości i pozycji marki Warsztat	Zarządzanie wizerunkiem własnym i klientów	Customer Relations Management			
WIEDZA **absolwent zna i rozumie:**				**2**	**2**	**5**	**6**	**4**	**4**	**5**	**5**	**5**	**7**	**7**	**5**	**0**	**0**	**0**
reguły funkcjonowania rynków medialnych w Polsce i na świecie oraz zasady ich rozwoju w poszerzonym zakresie, również w kontekście politycznym.	KW1P_W01	P6U_W; P6S_WG;	**3**				**1**			**1**	**1**							
potrzeby wizerunkowe wybranych organizacji z różnych sektorów rynkowych oraz otoczenia politycznego.	KW1P_W02	P6S_WG; P6S_WK;	**7**			**1**		**1**	**1**	**1**	**1**	**1**	**1**					
specyfikę sztucznej inteligencji i kierunków jej rozwoju oraz potencjał jej użyteczności na potrzeby komunikacji wizerunkowej	KW1P_W03	P6U_W; P6S_WG; P6S_WK	**7**				**1**	**1**		**1**		**1**	**1**	**1**	**1**			
w sposób zaawansowany teorie komunikacji, procesy komunikacyjne, także w polityce i związki pomiędzy komunikacją a społeczeństwem	KW1P_W04	P6U_W; P6S_WG; P6S_WK	**4**			**1**	**1**				**1**			**1**				
strategie zarządzania wizerunkiem oraz sposoby budowania marki uwzględniając jej specyfikę	KW1P_W05	P6S_WG; P6S_WK	**9**	**1**	**1**	**1**	**1**			**1**	**1**	**1**	**1**	**1**				
sposoby monitorowania wizerunku i monitorowania efektywności działań komunikacyjnych oraz zarządzania komunikacją w sytuacji kryzysowej	KW1P_W06	P6S_WG; P6S_WK	**6**						**1**	**1**	**1**		**1**	**1**	**1**			

sposoby skutecznego wykorzystywania mediów społecznościowych, narzędzi komunikacji cyfrowej, zarządzania treściami w środowisku sieciowym na potrzeby komunikacji wizerunkowej	KW1P_W07	P6U_W; P6S_WG; P6S_WK	**7**				**1**	**1**	**1**			**1**	**1**	**1**	**1**			
reguły planowania kampanii i sposoby budowania relacji z mediami uwzględniając specyfikę różnych mediów	KW1P_W08	P6U_W; P6S_WG; P6S_WK	**4**	**1**	**1**	**1**							**1**					
metody badania opinii publicznej oraz wartość poznawczą danych uzyskanych tymi metodami	KW1P_W09	P6U_W; P6S_WG; P6S_WK	**6**			**1**			**1**			**1**	**1**	**1**	**1**			
elementy komunikacji międzykulturowej, różnic w komunikacji, skutecznych strategii komunikacji w kontekście różnych kultur i społeczeństw	KW1P_W10	P6S_WG; P6S_WK	**4**				**1**	**1**						**1**	**1**			
UMIEJĘTNOŚCI absolwent potrafi:				**2**	**2**	**4**	**6**	**3**	**3**	**6**	**2**	**5**	**4**	**6**	**6**	**0**	**0**	**0**
filtrować informacje pozyskane z różnych źródeł i wykorzystywać je w celach zawodowych w zakresie komunikacji wizerunkowej	KW1P_U01	P6S_UW; P6S_UK;	**5**				**1**					**1**	**1**	**1**	**1**			
zastosować najnowocześniejsze narzędzia (kamera, mikrofon, AI, VR etc.) w tworzeniu kontentu medialnego	KW1P_U02	P6U_U; P6S_UW; P6S_UK;	**4**				**1**	**1**		**1**		**1**						
umiejętnie tworzyć treści, z uwzględnieniem grup odbiorczych i typów mediów	KW1P_U03	P6U_U; P6S_UW; P6S_UK;	**6**			**1**	**1**			**1**	**1**			**1**	**1**			
wykorzystywać media społecznościowe jako narzędzie komunikacji dla celów wizerunkowych	KW1P_U04	P6S_UK P6S_UW; P6S_UO;	**7**			**1**	**1**	**1**		**1**		**1**		**1**	**1**			
wykorzystać umiejętności w zakresie zarządzania komunikacją w sytuacjach kryzysowych, a także umiejętność komunikacji interpersonalnej	KW1P_U05	P6S_UK; P6S_UO; P6S_UU;	**4**			**1**				**1**				**1**	**1**			
planować działania zespołu realizującego projekty marketingowe i wizerunkowe	KW1P_U06	P6U_U; P6S_UU;	**6**	**1**	**1**				**1**		**1**	**1**	**1**					
planować nowe rozwiązania informacyjne wykorzystując najnowsze technologie i ich narzędzia w celu realizacji zadań organizacji	KW1P_U07	P6S_UO; P6S_UU;	**6**				**1**	**1**	**1**	**1**		**1**	**1**					
odczytywać analizy rynkowe w celu optymalizacji działań kierowanego zespołu	KW1P_U08	P6S_UW;	**7**	**1**	**1**				**1**	**1**			**1**	**1**	**1**			
posługiwać się językiem obcym na poziomie B2 Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego z uwzględnieniem słownictwa specjalistycznego właściwego dla kierunku komunikacja wizerunkowa	KW1P_U09	P6S_UK; P6S_UU;	**4**			**1**	**1**							**1**	**1**			
KOMPETENCJE SPOŁECZNE absolwent jest gotów do:				**2**	**2**	**2**	**2**	**2**	**1**	**3**	**2**	**2**	**2**	**3**	**3**	**0**	**0**	**0**

komunikacji interpersonalnej, precyzyjnego wyrażania swoich poglądów i budowania pozytywnych relacji między stronami odwołując się do wiedzy eksperckiej	KW1P_K01	P6U_K; P6S_KK	**7**	**1**	**1**		**1**			**1**		**1**		**1**	**1**			
podejmowania działań komunikacyjnych dla potrzeb wizerunkowych wybranych organizacji z zachowaniem zasad etycznych z uwzględnieniem społecznej odpowiedzialności	KW1P_K02	P6U_K; P6S_KK	**7**			**1**	**1**			**1**	**1**		**1**	**1**	**1**			
wykazywania empatii dla różnorodnych perspektyw, wartości i kultur i uwzględniania jej w procesie komunikacji	KW1P_K03	P6S_KO	**4**					**1**			**1**			**1**	**1**			
poszerzania branżowej wiedzy i rozwijania dorobku zawodowego wykorzystując osiągnięcia napływające różnymi kanałami ze świata	KW1P_K04	P6U_K; P6S_KR	**8**	**1**	**1**	**1**		**1**	**1**	**1**		**1**	**1**					

Sumaryczne wskaźniki ECTS

Wydział:	**Studiów Stosowanych**
Kierunek:	**Komunikacja wizerunkowa**
Moduł kształcenia wybieralnego / w zakresie:	**Kampanie wizerunkowe**
Stopień kształcenia:	**pierwszy**
Profil:	**praktyczny**
Forma studiów:	**niestacjonarna**
Czas trwania:	**6 semestrów**
Obowiązuje od roku akademickiego:	**2026/2027**

Lp.	Kod przedmiotu	Nazwa przedmiotu/modułu kształcenia	E/O/ZAL	ECTS	Liczba godz. ogół.	wyk.	ćw.	p/e	Wskaźniki ECTS: bezpośredni kontakt	Punkty ECTS za aktywność niewymagającą udziału nauczyciela akademickiego: e-learning	praca własna studenta	praktyczne	wybieralne	z wykorzystaniem metod i technik kształcenia na odległość	zajęcia z dziedziny nauk społecznych	zajęcia z dziedziny nauk humanistycznych	dyscyplina wiodąca: nauki o komunikacji społecznej i mediach
		SUMA W %							**40,0%**	4,1%	56,0%	77,4%	**36,7%**	10,4%	91,1%	**5,6%**	**100,0%**
		SUMA PUNKTÓW ECTS		**180**					72,0	7,4	100,8	**139,4**	66,0	18,7	164,0	**10,0**	**180,0**
Moduły kształcenia podstawowego																	
1	N1-00-BHP-1	Szkolenie wstępne z zakresu BHP	zal	0	4	0	0	4	0,0	0,2	0,0	0,0		0,2			0,0
2	N1-00-RYNMED-1	Rynki medialne	E	4	32	16	16	0	1,3	0,0	2,7	2,0		0,6	2,0	2,0	4,0
3	N1-00-FILKOM-2	Filozofia komunikacji	E	3	16	16	0	0	0,6	0,0	2,4	0,0		0,6		3,0	3,0
4	N1-00-WIEKUL-2	Wiedza o kulturze	O	3	30	14	16	0	1,2	0,0	1,8	1,6		0,6		3,0	3,0
5	N1-00-ETYKOM-4	Etyka komunikacji	E	2	12	12	0	0	0,5	0,0	1,5	0,0		0,5	1,0	1,0	2,0
6	N1-00-SPOSIE-5	Społeczeństwo sieci	O	3	32	16	16	0	1,3	0,0	1,7	1,5		0,6	2,0	1,0	3,0
7	N1-00-KOMPRZY1-1	Kompetencje przyszłości I	ZAL	2	12	0	12	0	0,5	0,0	1,5	2,0		0,0			2,0
8	N1-00-KOMPRZY2-2	Kompetencje przyszłości III	ZAL	2	12	0	12	0	0,5	0,0	1,5	2,0		0,0			2,0
9	N1-00-KOMPRZY3-3	Kompetencje przyszłości III	ZAL	2	12	0	12	0	0,5	0,0	1,5	2,0		0,0			2,0
Moduły kształcenia kierunkowego																	
1	N1-00-WSTKOM-1	Wprowadzenie do nauki o komunikowaniu	E	4	20	20	0	0	0,8	0,0	3,2	0,0		0,8	4,0		4,0

2	N1-00-PROKOM-1	Projektowanie komunikacji	O	4	32	16	16	0	1,3	0,0	2,7	2,0		0,6	4,0		4,0
3	N1-00-KOMZES-1	Komunikacja w zespołach	O	3	12	0	12	0	0,5	0,0	2,5	3,0		0,0	3,0		3,0
4	N1-00-WPKUPO-1	Wprowadzenie do kultury popularnej	E	4	14	14	0	0	0,6	0,0	3,4	0,0		0,6	4,0		4,0
5	N1-00-PRAPIS-1	Praktyczne pisanie	O	3	20	0	20	0	0,8	0,0	2,2	3,0		0,0	3,0		3,0
6	N1-00-WPKOWI-1	Wprowadzenie do komunikacji wizualnej	O	4	32	16	16	0	1,3	0,0	2,7	2,0		0,6	4,0		4,0
7	N1-00-HISDES-2	Historia designu	E	3	14	14	0	0	0,6	0,0	2,4	0,0		0,6	3,0		3,0
8	N1-00-CORIDE-2	Corporate Identity	O	2	14	0	14	0	0,6	0,0	1,4	2,0		0,0	2,0		2,0
9	N1-00-KOMINT-1	Komunikacja interpersonalna	O	2	16	0	16	0	0,6	0,0	1,4	2,0		0,0	2,0		2,0
10	N1-00-STRKOM-3	Strategie komunikacyjne	O	4	28	14	14	0	1,1	0,0	2,9	2,1		0,6	4,0		4,0
11	N1-00-KRPIIN-3	Kreatywne pisanie w internecie	O	3	14	0	14	0	0,6	0,0	2,4	3,0		0,0	3,0		3,0
12	N1-00-ELPSSP-4	Elementy psychologii społecznej	E	3	32	16	16	0	1,3	0,0	1,7	1,5		0,6	3,0		3,0
13	N1-00-PRAAUT-6	Prawo autorskie	O	3	18	0	18	0	0,7	0,0	2,3	3,0		0,0	3,0		3,0
14	N1-00-SZINWP-4	Sztuczna inteligencja - wprowadzenie	O	2	16	0	16	0	0,6	0,0	1,4	2,0		0,0	2,0		2,0
15	N1-00-MEPROS-4	Metody prezentacji osobistej	O	3	26	12	14	0	1,0	0,0	2,0	1,7		0,5	3,0		3,0
16	N1-00-TECVR-5	Technologia VR	O	2	14	0	14	0	0,6	0,0	1,4	2,0		0,0	2,0		2,0
17	N1-00-ANTEWI-5	Analiza tekstów wizerunkowych	O	2	12	0	12	0	0,5	0,0	1,5	2,0		0,0	2,0		2,0
18	N1-00-STSTDE-6	Storyteling i story design	O	4	32	16	16	0	1,3	0,0	2,7	2,0		0,6	4,0		4,0
19	N1-00-POPRKA-6	Podstawy pracy z kamerą i montaż	O	3	16	0	16	0	0,6	0,0	2,4	3,0		0,0	3,0		3,0
20	N1-00-ZRINKO-6	Źródła informacji w komunikacji wizerunkowej	O	2	16	0	16	0	0,6	0,0	1,4	2,0		0,0	2,0		2,0
21	N1-00-WAFORE-6	Warsztaty fotografii reklamowej	O	4	18	0	18	0	0,7	0,0	3,3	4,0		0,0	4,0		4,0
Moduły przygotowania pracy dyplomowej																	
1	N1-...-SEMD1-5	Seminarium dyplomowe I	O	3	20	0	20	0	0,8	0,0	2,2	3,0			3,0		3,0
2	N1-...-SEMD2-6	Seminarium dyplomowe II	O	7	20	0	20	0	0,8	0,0	6,2	7,0			7,0		7,0
Moduły kształcenia językowego																	
1	N1-00-JĘZOBC1-3	Język obcy I (język angielski, język niemiecki)	O	4	76	0	16	60	0,6	2,4	1,0	4,0	4,0	2,4	4,0		4,0
2	N1-00-JĘZOBC2-4	Język obcy II (język angielski, język niemiecki)	O	4	76	0	16	60	0,6	2,4	1,0	4,0	4,0	2,4	4,0		4,0
3	N1-00-JĘZOBC3-5	Język obcy III (język angielski, język niemiecki)	E	4	76	0	16	60	0,6	2,4	1,0	4,0	4,0	2,4	4,0		4,0
Moduły kształcenia w zakresie wychowania fizycznego																	
1				0		0	0	0	0,0	0,0	0,0	0,0					
2				0		0	0	0	0,0	0,0	0,0	0,0					
Moduły kształcenia specjalnościowego																	
1	N1-00-NKREK-3	Nowoczesne kampanie reklamowe	O	3	26	14	12	0	1,0	0,0	2,0	1,4	4,0	0,6	4,0		4,0
2	N1-00-ATM-3	Aktualne trendy marketingu	O	4	12	0	12	0	0,5	0,0	3,5	4,0	3,0	0,0	3,0		3,0

3	N1-00-MIWP-4	Marka i wizerunek przedsiębiorstwa	O	4	12	0	12	0	0,5	0,0	3,5	4,0	3,0	0,0	3,0		3,0
4	N1-00-WARB-5	Warsztaty brandingowe	O	3	26	14	12	0	1,0	0,0	2,0	1,4	4,0	0,6	4,0		4,0
5	N1-00-PMC-5	Produkcja mediów cyfrowych	O	4	26	14	12	0	1,0	0,0	3,0	1,9	4,0	0,6	4,0		4,0
6	N1-00-BMAI-4	Budowanie marki w internecie z wykorzystan	O	3	12	0	12	0	0,5	0,0	2,5	3,0	3,0	0,0	3,0		3,0
7	N1-00-MIPR-5	Marketing i PR - definicje, techniki, narzędzia	O	4	26	14	12	0	1,0	0,0	3,0	1,9	4,0	0,6	4,0		4,0
8	N1-00-PEK-6	Pomiar efektywności kampanii	O	3	12	0	12	0	0,5	0,0	2,5	3,0	3,0	0,0	3,0		3,0
9	N1-00-SBR-6	Startegia budowania relacji z mediami	O	4	12	0	12	0	0,5	0,0	3,5	4,0	4,0	0,0	4,0		4,0
10	N1-00-TMIN-4	Techniki mediacji i negocjacji	O	3	26	14	12	0	1,0	0,0	2,0	1,4	3,0	0,6	3,0		3,0
Moduły praktyk kierunkowych																	
					ogół.	WP	EW	prak.									
1	N1-62-KPRAZ1-2	Kierunkowa praktyka zawodowa I	zal	10	250	2	10	238	10,0	0,0	0,0	10,0			10,0		10,0
2	N1-62-KPRAZ2-3	Kierunkowa praktyka zawodowa II	zal	9	230	2	10	218	9,0	0,0	0,0	9,0			9,0		9,0
Moduły praktyk specjalnościowych																	
					ogół.	WP	EW	prak.									
1	N1-62-SPRAZ1-4	Specjalnościowa praktyka zawodowa I	zal	10	250	2	10	238	10,0	0,0	0,0	10,0	10,0		10,0		10,0
2	N1-62-SPRAZ2-5	Specjalnościowa praktyka zawodowa II	zal	9	230	2	10	218	9,0	0,0	0,0	9,0	9,0		9,0		9,0

Sumaryczne wskaźniki ECTS

Wydział:	**Studiów Stosowanych**
Kierunek:	**Komunikacja wizerunkowa**
Moduł kształcenia wybieralnego / w zakresie:	**Zarządzanie marką**
Stopień kształcenia:	**pierwszy**
Profil:	**praktyczny**
Forma studiów:	**niestacjonarna**
Czas trwania:	**6 semestrów**
Obowiązuje od roku akademickiego:	**2026/2027**

Lp.	Kod przedmiotu	Nazwa przedmiotu/modułu kształcenia	E/O/ZAL	ECTS	Liczba godz. ogół.	wyk.	ćw.	p/e	Wskaźniki ECTS: bezpośredni kontakt	Punkty ECTS za aktywność niewymagającą udziału nauczyciela akademickiego: e-learning	praca własna studenta	praktyczne	wybieralne	z wykorzystaniem metod i technik kształcenia na odległość	zajęcia z dziedziny nauk społecznych	zajęcia z dziedziny nauk humanistycznych	dyscyplina wiodąca: nauki o komunikacji społecznej i mediach
		SUMA W %							**40,0%**	4,1%	56,0%	77,4%	**36,7%**	10,4%	91,1%	**5,6%**	**100,0%**
		SUMA PUNKTÓW ECTS		**180**					72,0	7,4	100,8	**139,4**	66,0	18,7	164,0	**10,0**	**180,0**
Moduły kształcenia podstawowego																	
1	N1-00-BHP-1	Szkolenie wstępne z zakresu BHP	zal	0	4	0	0	4	0,0	0,2	0,0	0,0		0,2			0,0
2	N1-00-RYNMED-1	Rynki medialne	E	4	32	16	16	0	1,3	0,0	2,7	2,0		0,6	2,0	2,0	4,0
3	N1-00-FILKOM-2	Filozofia komunikacji	E	3	16	16	0	0	0,6	0,0	2,4	0,0		0,6		3,0	3,0
4	N1-00-WIEKUL-2	Wiedza o kulturze	O	3	30	14	16	0	1,2	0,0	1,8	1,6		0,6		3,0	3,0
5	N1-00-ETYKOM-4	Etyka komunikacji	E	2	12	12	0	0	0,5	0,0	1,5	0,0		0,5	1,0	1,0	2,0
6	N1-00-SPOSIE-5	Społeczeństwo sieci	O	3	32	16	16	0	1,3	0,0	1,7	1,5		0,6	2,0	1,0	3,0
7	N1-00-KOMPRZY1-1	Kompetencje przyszłości I	ZAL	2	12	0	12	0	0,5	0,0	1,5	2,0		0,0			2,0
8	N1-00-KOMPRZY2-2	Kompetencje przyszłości III	ZAL	2	12	0	12	0	0,5	0,0	1,5	2,0		0,0			2,0
9	N1-00-KOMPRZY3-3	Kompetencje przyszłości III	ZAL	2	12	0	12	0	0,5	0,0	1,5	2,0		0,0			2,0
Moduły kształcenia kierunkowego																	
1	N1-00-WSTKOM-1	Wprowadzenie do nauki o komunikowaniu	E	4	20	20	0	0	0,8	0,0	3,2	0,0		0,8	4,0		4,0

2	N1-00-PROKOM-1	Projektowanie komunikacji	O	4	32	16	16	0	1,3	0,0	2,7	2,0		0,6	4,0		4,0
3	N1-00-KOMZES-1	Komunikacja w zespołach	O	3	12	0	12	0	0,5	0,0	2,5	3,0		0,0	3,0		3,0
4	N1-00-WPKUPO-1	Wprowadzenie do kultury popularnej	E	4	14	14	0	0	0,6	0,0	3,4	0,0		0,6	4,0		4,0
5	N1-00-PRAPIS-1	Praktyczne pisanie	O	3	20	0	20	0	0,8	0,0	2,2	3,0		0,0	3,0		3,0
6	N1-00-WPKOWI-1	Wprowadzenie do komunikacji wizualnej	O	4	32	16	16	0	1,3	0,0	2,7	2,0		0,6	4,0		4,0
7	N1-00-HISDES-2	Historia designu	E	3	14	14	0	0	0,6	0,0	2,4	0,0		0,6	3,0		3,0
8	N1-00-CORIDE-2	Corporate Identity	O	2	14	0	14	0	0,6	0,0	1,4	2,0		0,0	2,0		2,0
9	N1-00-KOMINT-1	Komunikacja interpersonalna	O	2	16	0	16	0	0,6	0,0	1,4	2,0		0,0	2,0		2,0
10	N1-00-STRKOM-3	Strategie komunikacyjne	O	4	28	14	14	0	1,1	0,0	2,9	2,1		0,6	4,0		4,0
11	N1-00-KRPIIN-3	Kreatywne pisanie w internecie	O	3	14	0	14	0	0,6	0,0	2,4	3,0		0,0	3,0		3,0
12	N1-00-ELPSSP-4	Elementy psychologii społecznej	E	3	32	16	16	0	1,3	0,0	1,7	1,5		0,6	3,0		3,0
13	N1-00-PRAAUT-6	Prawo autorskie	O	3	18	0	18	0	0,7	0,0	2,3	3,0		0,0	3,0		3,0
14	N1-00-SZINWP-4	Sztuczna inteligencja - wprowadzenie	O	2	16	0	16	0	0,6	0,0	1,4	2,0		0,0	2,0		2,0
15	N1-00-MEPROS-4	Metody prezentacji osobistej	O	3	26	12	14	0	1,0	0,0	2,0	1,7		0,5	3,0		3,0
16	N1-00-TECVR-5	Technologia VR	O	2	14	0	14	0	0,6	0,0	1,4	2,0		0,0	2,0		2,0
17	N1-00-ANTEWI-5	Analiza tekstów wizerunkowych	O	2	12	0	12	0	0,5	0,0	1,5	2,0		0,0	2,0		2,0
18	N1-00-STSTDE-6	Storyteling i story design	O	4	32	16	16	0	1,3	0,0	2,7	2,0		0,6	4,0		4,0
19	N1-00-POPRKA-6	Podstawy pracy z kamerą i montaż	O	3	16	0	16	0	0,6	0,0	2,4	3,0		0,0	3,0		3,0
20	N1-00-ZRINKO-6	Źródła informacji w komunikacji wizerunkowej	O	2	16	0	16	0	0,6	0,0	1,4	2,0		0,0	2,0		2,0
21	N1-00-WAFORE-6	Warsztaty fotografii reklamowej	O	4	18	0	18	0	0,7	0,0	3,3	4,0		0,0	4,0		4,0
Moduły przygotowania pracy dyplomowej																	
1	N1-...-SEMD1-5	Seminarium dyplomowe I	O	3	20	0	20	0	0,8	0,0	2,2	3,0			3,0		3,0
2	N1-...-SEMD2-6	Seminarium dyplomowe II	O	7	20	0	20	0	0,8	0,0	6,2	7,0			7,0		7,0
Moduły kształcenia językowego																	
1	N1-00-JĘZOBC1-3	Język obcy I (język angielski, język niemiecki)	O	4	76	0	16	60	0,6	2,4	1,0	4,0	4,0	2,4	4,0		4,0
2	N1-00-JĘZOBC2-4	Język obcy II (język angielski, język niemiecki)	O	4	76	0	16	60	0,6	2,4	1,0	4,0	4,0	2,4	4,0		4,0
3	N1-00-JĘZOBC3-5	Język obcy III (język angielski, język niemiecki)	E	4	76	0	16	60	0,6	2,4	1,0	4,0	4,0	2,4	4,0		4,0
Moduły kształcenia w zakresie wychowania fizycznego																	
1				0		0	0	0	0,0	0,0	0,0	0,0					
2				0		0	0	0	0,0	0,0	0,0	0,0					
Moduły kształcenia specjalnościowego																	
1	N1-00-MMR-3	Miejsce marki na rynku	O	3	26	14	12	0	1,0	0,0	2,0	1,4	4,0	0,6	4,0		4,0
2	N1-00-MTNA-3	Mechanizmy tworzenia narracji	O	4	12	0	12	0	0,5	0,0	3,5	4,0	3,0	0,0	3,0		3,0

3	N1-00-OKW-4	Obraz w kreowaniu wizerunku Warsztat	O	3	12	0	12	0	0,5	0,0	2,5	3,0	3,0	0,0	3,0		3,0
4	N1-00-MOP-4	Monitoring opinii	O	4	26	14	12	0	1,0	0,0	3,0	1,9	4,0	0,6	4,0		4,0
5	N1-00-NNPR-4	Nowoczesne narzędzia PR	O	4	26	14	12	0	1,0	0,0	3,0	1,9	4,0	0,6	4,0		4,0
6	N1-00-OSMA-5	Osobowość marki	O	4	12	0	12	0	0,5	0,0	3,5	4,0	3,0	0,0	3,0		3,0
7	N1-00- ZATC-5	Zarządzanie tożsamością cyfrową	O	3	26	14	12	0	1,0	0,0	2,0	1,4	4,0	0,6	4,0		4,0
8	N1-00-OWIP-5	Ocena wartości i pozycji marki Warsztat	O	3	12	0	12	0	0,5	0,0	2,5	3,0	3,0	0,0	3,0		3,0
9	N1-00-ZAWWIK-6	Zarządzanie wizerunkiem własnym i klientów	O	4	12	0	12	0	0,5	0,0	3,5	4,0	4,0	0,0	4,0		4,0
10	N1-00-CRM-6	Customer Relations Management	O	3	26	14	12	0	1,0	0,0	2,0	1,4	3,0	0,6	3,0		3,0
Moduły praktyk kierunkowych																	
					ogół.	WP	EW	prak.									
1	N1-62-KPRAZ1-2	Kierunkowa praktyka zawodowa I	zal	10	250	2	10	238	10,0	0,0	0,0	10,0			10,0		10,0
2	N1-62-KPRAZ2-3	Kierunkowa praktyka zawodowa II	zal	9	230	2	10	218	9,0	0,0	0,0	9,0			9,0		9,0
Moduły praktyk specjalnościowych																	
					ogół.	WP	EW	prak.									
1	N1-62-SPRAZ1-4	Specjalnościowa praktyka zawodowa I	zal	10	250	2	10	238	10,0	0,0	0,0	10,0	10,0		10,0		10,0
2	N1-62-SPRAZ2-5	Specjalnościowa praktyka zawodowa II	zal	9	230	2	10	218	9,0	0,0	0,0	9,0	9,0		9,0		9,0

Sumaryczne wskaźniki ECTS

Wydział:	**Studiów Stosowanych**
Kierunek:	**Komunikacja wizerunkowa**
Moduł kształcenia wybieralnego / w zakresie:	**Marketing eventów**
Stopień kształcenia:	**pierwszy**
Profil:	**praktyczny**
Forma studiów:	**niestacjonarna**
Czas trwania:	**6 semestrów**
Obowiązuje od roku akademickiego:	**2026/2027**

Lp.	Kod przedmiotu	Nazwa przedmiotu/modułu kształcenia	E/O/ZAL	ECTS	Liczba godz. ogół.	wyk.	ćw.	p/e	Wskaźniki ECTS: bezpośredni kontakt	Punkty ECTS za aktywność niewymagającą udziału nauczyciela akademickiego: e-learning	praca własna studenta	praktyczne	wybieralne	z wykorzystaniem metod i technik kształcenia na odległość	zajęcia z dziedziny nauk społecznych	zajęcia z dziedziny nauk humanistycznych	dyscyplina wiodąca: nauki o komunikacji społecznej i mediach
		SUMA W %							**40,0%**	4,1%	56,0%	77,4%	**36,7%**	10,4%	91,1%	**5,6%**	**100,0%**
		SUMA PUNKTÓW ECTS		**180**					72,0	7,4	100,8	**139,4**	66,0	18,7	164,0	**10,0**	**180,0**
Moduły kształcenia podstawowego																	
1	N1-00-BHP-1	Szkolenie wstępne z zakresu BHP	zal	0	4	0	0	4	0,0	0,2	0,0	0,0		0,2			0,0
2	N1-00-RYNMED-1	Rynki medialne	E	4	32	16	16	0	1,3	0,0	2,7	2,0		0,6	2,0	2,0	4,0
3	N1-00-FILKOM-2	Filozofia komunikacji	E	3	16	16	0	0	0,6	0,0	2,4	0,0		0,6		3,0	3,0
4	N1-00-WIEKUL-2	Wiedza o kulturze	O	3	30	14	16	0	1,2	0,0	1,8	1,6		0,6		3,0	3,0
5	N1-00-ETYKOM-4	Etyka komunikacji	E	2	12	12	0	0	0,5	0,0	1,5	0,0		0,5	1,0	1,0	2,0
6	N1-00-SPOSIE-5	Społeczeństwo sieci	O	3	32	16	16	0	1,3	0,0	1,7	1,5		0,6	2,0	1,0	3,0
7	N1-00-KOMPRZY1-1	Kompetencje przyszłości I	ZAL	2	12	0	12	0	0,5	0,0	1,5	2,0		0,0			2,0
8	N1-00-KOMPRZY2-2	Kompetencje przyszłości III	ZAL	2	12	0	12	0	0,5	0,0	1,5	2,0		0,0			2,0
9	N1-00-KOMPRZY3-3	Kompetencje przyszłości III	ZAL	2	12	0	12	0	0,5	0,0	1,5	2,0		0,0			2,0
Moduły kształcenia kierunkowego																	
1	N1-00-WSTKOM-1	Wprowadzenie do nauki o komunikowaniu	E	4	20	20	0	0	0,8	0,0	3,2	0,0		0,8	4,0		4,0

2	N1-00-PROKOM-1	Projektowanie komunikacji	O	4	32	16	16	0	1,3	0,0	2,7	2,0		0,6	4,0		4,0
3	N1-00-KOMZES-1	Komunikacja w zespołach	O	3	12	0	12	0	0,5	0,0	2,5	3,0		0,0	3,0		3,0
4	N1-00-WPKUPO-1	Wprowadzenie do kultury popularnej	E	4	14	14	0	0	0,6	0,0	3,4	0,0		0,6	4,0		4,0
5	N1-00-PRAPIS-1	Praktyczne pisanie	O	3	20	0	20	0	0,8	0,0	2,2	3,0		0,0	3,0		3,0
6	N1-00-WPKOWI-1	Wprowadzenie do komunikacji wizualnej	O	4	32	16	16	0	1,3	0,0	2,7	2,0		0,6	4,0		4,0
7	N1-00-HISDES-2	Historia designu	E	3	14	14	0	0	0,6	0,0	2,4	0,0		0,6	3,0		3,0
8	N1-00-CORIDE-2	Corporate Identity	O	2	14	0	14	0	0,6	0,0	1,4	2,0		0,0	2,0		2,0
9	N1-00-KOMINT-1	Komunikacja interpersonalna	O	2	16	0	16	0	0,6	0,0	1,4	2,0		0,0	2,0		2,0
10	N1-00-STRKOM-3	Strategie komunikacyjne	O	4	28	14	14	0	1,1	0,0	2,9	2,1		0,6	4,0		4,0
11	N1-00-KRPIIN-3	Kreatywne pisanie w internecie	O	3	14	0	14	0	0,6	0,0	2,4	3,0		0,0	3,0		3,0
12	N1-00-ELPSSP-4	Elementy psychologii społecznej	E	3	32	16	16	0	1,3	0,0	1,7	1,5		0,6	3,0		3,0
13	N1-00-PRAAUT-6	Prawo autorskie	O	3	18	0	18	0	0,7	0,0	2,3	3,0		0,0	3,0		3,0
14	N1-00-SZINWP-4	Sztuczna inteligencja - wprowadzenie	O	2	16	0	16	0	0,6	0,0	1,4	2,0		0,0	2,0		2,0
15	N1-00-MEPROS-4	Metody prezentacji osobistej	O	3	26	12	14	0	1,0	0,0	2,0	1,7		0,5	3,0		3,0
16	N1-00-TECVR-5	Technologia VR	O	2	14	0	14	0	0,6	0,0	1,4	2,0		0,0	2,0		2,0
17	N1-00-ANTEWI-5	Analiza tekstów wizerunkowych	O	2	12	0	12	0	0,5	0,0	1,5	2,0		0,0	2,0		2,0
18	N1-00-STSTDE-6	Storyteling i story design	O	4	32	16	16	0	1,3	0,0	2,7	2,0		0,6	4,0		4,0
19	N1-00-POPRKA-6	Podstawy pracy z kamerą i montaż	O	3	16	0	16	0	0,6	0,0	2,4	3,0		0,0	3,0		3,0
20	N1-00-ZRINKO-6	Źródła informacji w komunikacji wizerunkowej	O	2	16	0	16	0	0,6	0,0	1,4	2,0		0,0	2,0		2,0
21	N1-00-WAFORE-6	Warsztaty fotografii reklamowej	O	4	18	0	18	0	0,7	0,0	3,3	4,0		0,0	4,0		4,0
Moduły przygotowania pracy dyplomowej																	
1	N1-...-SEMD1-5	Seminarium dyplomowe I	O	3	20	0	20	0	0,8	0,0	2,2	3,0			3,0		3,0
2	N1-...-SEMD2-6	Seminarium dyplomowe II	O	7	20	0	20	0	0,8	0,0	6,2	7,0			7,0		7,0
Moduły kształcenia językowego																	
1	N1-00-JĘZOBC1-3	Język obcy I (język angielski, język niemiecki)	O	4	76	0	16	60	0,6	2,4	1,0	4,0	4,0	2,4	4,0		4,0
2	N1-00-JĘZOBC2-4	Język obcy II (język angielski, język niemiecki)	O	4	76	0	16	60	0,6	2,4	1,0	4,0	4,0	2,4	4,0		4,0
3	N1-00-JĘZOBC3-5	Język obcy III (język angielski, język niemiecki)	E	4	76	0	16	60	0,6	2,4	1,0	4,0	4,0	2,4	4,0		4,0
Moduły kształcenia w zakresie wychowania fizycznego																	
1				0		0	0	0	0,0	0,0	0,0	0,0					
2				0		0	0	0	0,0	0,0	0,0	0,0					
Moduły kształcenia specjalnościowego																	
1	N!-00-KOW-3	Komunikacja wizualna	O	4	26	14	12	0	1,0	0,0	3,0	1,9	4,0	0,6	4,0		4,0
2	N1-00-SPIF-3	Sponsoring i finansowanie	O	4	12	0	12	0	0,5	0,0	3,5	4,0	3,0	0,0	3,0		3,0

3	N1-00-PREB-4	Prezentacje biznesowe Warsztat	O	3	12	0	12	0	0,5	0,0	2,5	3,0	3,0	0,0	3,0		3,0
4	N1-00--ESIK-4	Eventy sportowe i kulturalne	O	3	26	14	12	0	1,0	0,0	2,0	1,4	4,0	0,6	4,0		4,0
5	N1-00-ACHA-4	Akcje charytatywne	O	3	26	14	12	0	1,0	0,0	2,0	1,4	4,0	0,6	4,0		4,0
6	N1-00-KWIN-5	Kreowanie wizerunku instytucji	O	4	12	0	12	0	0,5	0,0	3,5	4,0	3,0	0,0	3,0		3,0
7	N1-00-PREP-5	Premiera produkctu - techniki	O	4	26	14	12	0	1,0	0,0	3,0	1,9	4,0	0,6	4,0		4,0
8	N1-00-WEBIN-5	Webinaria - transmisje i wirtualne pokoje Wa	O	3	12	0	12	0	0,5	0,0	2,5	3,0	3,0	0,0	3,0		3,0
9	N!-00- EHYB-6	Eventy hybrydowej	O	4	12	0	12	0	0,5	0,0	3,5	4,0	4,0	0,0	4,0		4,0
10	N1-00-EBR-6	Employer Branding	O	3	26	14	12	0	1,0	0,0	2,0	1,4	3,0	0,6	3,0		3,0
Moduły praktyk kierunkowych																	
					ogół.	WP	EW	prak.									
1	N1-62-KPRAZ1-2	Kierunkowa praktyka zawodowa I	zal	10	250	2	10	238	10,0	0,0	0,0	10,0			10,0		10,0
2	N1-62-KPRAZ2-3	Kierunkowa praktyka zawodowa II	zal	9	230	2	10	218	9,0	0,0	0,0	9,0			9,0		9,0
Moduły praktyk specjalnościowych																	
					ogół.	WP	EW	prak.									
1	N1-62-SPRAZ1-4	Specjalnościowa praktyka zawodowa I	zal	10	250	2	10	238	10,0	0,0	0,0	10,0	10,0		10,0		10,0
2	N1-62-SPRAZ2-5	Specjalnościowa praktyka zawodowa II	zal	9	230	2	10	218	9,0	0,0	0,0	9,0	9,0		9,0		9,0

Sumaryczne wskaźniki ECTS

Wydział:	**Studiów Stosowanych**
Kierunek:	**Komunikacja wizerunkowa**
Moduł kształcenia wybieralnego / w zakresie:	**Zarządzanie marką**
Stopień kształcenia:	**pierwszy**
Profil:	**praktyczny**
Forma studiów:	**stacjonarna**
Czas trwania:	**6 semestrów**
Obowiązuje od roku akademickiego:	**2026/2027**

Lp.	Kod przedmiotu	Nazwa przedmiotu/modułu kształcenia	E/O/ZAL	ECTS	Liczba godz. ogół.	wyk.	ćw.	p/e	Wskaźniki ECTS: bezpośredni kontakt	Punkty ECTS za aktywność niewymagającą udziału nauczyciela akademickiego: e-learning	praca własna studenta	praktyczne	wybieralne	z wykorzystaniem metod i technik kształcenia na odległość	zajęcia z dziedziny nauk społecznych	zajęcia z dziedziny nauk humanistycznych	dyscyplina wiodąca: nauki o komunikacji społecznej i mediach
		SUMA W %							**54,2%**	4,1%	41,8%	78,3%	**36,7%**	15,3%	91,1%	**5,6%**	**100,0%**
		SUMA PUNKTÓW ECTS		**180**					97,6	7,4	75,2	**140,9**	66,0	27,5	164,0	**10,0**	**180,0**
Moduły kształcenia podstawowego																	
1	S1-00-BHP-1	Szkolenie wstępne z zakresu BHP	zal	0	4	0	0	4	0,0	0,2	0,0	0,0		0,2			0,0
2	S1-00-RYNMED-1	Rynki medialne	E	4	40	20	20	0	1,6	0,0	2,4	2,0		0,8	2,0	2,0	4,0
3	S1-00-FILKOM-2	Filozofia komunikacji	E	3	30	30	0	0	1,2	0,0	1,8	0,0		1,2		3,0	3,0
4	S1-00-WIEKUL-2	Wiedza o kulturze	O	3	40	20	20	0	1,6	0,0	1,4	1,5		0,8		3,0	3,0
5	S1-00-ETYKOM-4	Etyka komunikacji	E	2	30	30	0	0	1,2	0,0	0,8	0,0		1,2	1,0	1,0	2,0
6	S1-00-SPOSIE-5	Społeczeństwo sieci	O	3	60	30	30	0	2,4	0,0	0,6	1,5		1,2	2,0	1,0	3,0
7	S1-00-KOMPRZY1-1	Kompetencje przyszłości I	ZAL	2	16	0	16	0	0,6	0,0	1,4	2,0		0,0			2,0
8	S1-00-KOMPRZY2-2	Kompetencje przyszłości III	ZAL	2	16	0	16	0	0,6	0,0	1,4	2,0		0,0			2,0
9	S1-00-KOMPRZY3-3	Kompetencje przyszłości III	ZAL	2	16	0	16	0	0,6	0,0	1,4	2,0		0,0			2,0
Moduły kształcenia kierunkowego																	
1	S1-00-WSTKOM-1	Wprowadzenie do nauki o komunikowaniu	E	4	32	32	0	0	1,3	0,0	2,7	0,0		1,3	4,0		4,0

2	S1-00-PROKOM-1	Projektowanie komunikacji	O	4	60	30	30	0	2,4	0,0	1,6	2,0		1,2	4,0		4,0
3	S1-00-KOMZES-1	Komunikacja w zespołach	O	3	30	0	30	0	1,2	0,0	1,8	3,0		0,0	3,0		3,0
4	S1-00-WPKUPO-1	Wprowadzenie do kultury popularnej	E	4	30	30	0	0	1,2	0,0	2,8	0,0		1,2	4,0		4,0
5	S1-00-PRAPIS-1	Praktyczne pisanie	O	3	30	0	30	0	1,2	0,0	1,8	3,0		0,0	3,0		3,0
6	S1-00-WPKOWI-1	Wprowadzenie do komunikacji wizualnej	O	4	50	30	20	0	2,0	0,0	2,0	1,6		1,2	4,0		4,0
7	S1-00-HISDES-2	Historia designu	E	3	28	28	0	0	1,1	0,0	1,9	0,0		1,1	3,0		3,0
8	S1-00-CORIDE-2	Corporate Identity	O	4	18	0	18	0	0,7	0,0	3,3	4,0		0,0	2,0		2,0
9	S1-00-KOMINT-1	Komunikacja interpersonalna	O	2	20	0	20	0	0,8	0,0	1,2	2,0		0,0	2,0		2,0
10	S1-00-STRKOM-3	Strategie komunikacyjne	O	4	36	18	18	0	1,4	0,0	2,6	2,0		0,7	4,0		4,0
11	S1-00-KRPIIN-3	Kreatywne pisanie w internecie	O	3	28	0	28	0	1,1	0,0	1,9	3,0		0,0	3,0		3,0
12	S1-00-ELPSSP-4	Elementy psychologii społecznej	E	2	50	30	20	0	2,0	0,0	0,0	0,8		1,2	3,0		3,0
13	S1-00-PRAAUT-6	Prawo autorskie	O	3	32	0	32	0	1,3	0,0	1,7	3,0		0,0	3,0		3,0
14	S1-00-SZINWP-4	Sztuczna inteligencja - wprowadzenie	O	2	20	0	20	0	0,8	0,0	1,2	2,0		0,0	2,0		2,0
15	S1-00-MEPROS-4	Metody prezentacji osobistej	O	2	44	24	20	0	1,8	0,0	0,2	0,9		1,0	3,0		3,0
16	S1-00-TECVR-5	Technologia VR	O	2	28	0	28	0	1,1	0,0	0,9	2,0		0,0	2,0		2,0
17	S1-00-ANTEWI-5	Analiza tekstów wizerunkowych	O	2	26	0	26	0	1,0	0,0	1,0	2,0		0,0	2,0		2,0
18	S1-00-STSTDE-6	Storyteling i story design	O	4	50	30	20	0	2,0	0,0	2,0	1,6		1,2	4,0		4,0
19	S1-00-POPRKA-6	Podstawy pracy z kamerą i montaż	O	3	30	0	30	0	1,2	0,0	1,8	3,0		0,0	3,0		3,0
20	S1-00-ZRINKO-6	Źródła informacji w komunikacji wizerunkowej	O	2	20	0	20	0	0,8	0,0	1,2	2,0		0,0	2,0		2,0
21	S1-00-WAFORE-6	Warsztaty fotografii reklamowej	O	4	30	0	30	0	1,2	0,0	2,8	4,0		0,0	4,0		4,0
Moduły przygotowania pracy dyplomowej																	
1	S1-...-SEMD1-5	Seminarium dyplomowe I	O	3	30	0	30	0	1,2	0,0	1,8	3,0			3,0		3,0
2	S1-...-SEMD2-6	Seminarium dyplomowe II	O	7	30	0	30	0	1,2	0,0	5,8	7,0			7,0		7,0
Moduły kształcenia językowego																	
1	S1-00-JĘZOBC1-3	Język obcy I (język angielski, język niemiecki)	O	4	84	0	24	60	1,0	2,4	0,6	4,0	4,0	2,4	4,0		4,0
2	S1-00-JĘZOBC2-4	Język obcy II (język angielski, język niemiecki)	O	4	84	0	24	60	1,0	2,4	0,6	4,0	4,0	2,4	4,0		4,0
3	S1-00-JĘZOBC3-5	Język obcy III (język angielski, język niemiecki)	E	4	84	0	24	60	1,0	2,4	0,6	4,0	4,0	2,4	4,0		4,0
Moduły kształcenia w zakresie wychowania fizycznego																	
1	S1-00-WF1-3	Wychowanie fizyczne I	zal	0		0	30	0	0,0	0,0	0,0	0,0					
2	S1-00-WF2-4	Wychowanie fizyczne II	zal	0		0	30	0	0,0	0,0	0,0	0,0					
Moduły kształcenia specjalnościowego																	
1	S1-00-MMR-3	Miejsce marki na rynku	O	3	60	30	30	0	2,4	0,0	0,6	1,5	4,0	1,2	4,0		4,0
2	S1-00-MTNA-3	Mechanizmy tworzenia narracji	O	4	30	0	30	0	1,2	0,0	2,8	4,0	3,0	0,0	3,0		3,0

3	S1-00-OKW-4	Obraz w kreowaniu wizerunku Warsztat	O	3	30	0	30	0	1,2	0,0	1,8	3,0	3,0	0,0	3,0		3,0
4	S1-00-MOP-4	Monitoring opinii	O	4	60	30	30	0	2,4	0,0	1,6	2,0	4,0	1,2	4,0		4,0
5	S1-00-NNPR-4	Nowoczesne narzędzia PR	O	4	60	30	30	0	2,4	0,0	1,6	2,0	4,0	1,2	4,0		4,0
6	S1-00-OSMA-5	Osobowość marki	O	4	30	0	30	0	1,2	0,0	2,8	4,0	3,0	0,0	3,0		3,0
7	S1-00- ZATC-5	Zarządzanie tożsamością cyfrową	O	3	60	30	30	0	2,4	0,0	0,6	1,5	4,0	1,2	4,0		4,0
8	S1-00-OWIP-5	Ocena wartości i pozycji marki Warsztat	O	3	30	0	30	0	1,2	0,0	1,8	3,0	3,0	0,0	3,0		3,0
9	S1-00-ZAWWIK-6	Zarządzanie wizerunkiem własnym i klientów	O	4	30	0	30	0	1,2	0,0	2,8	4,0	4,0	0,0	4,0		4,0
10	S1-00-CRM-6	Customer Relations Management	O	3	30	0	30	0	1,2	0,0	1,8	3,0	3,0	0,0	3,0		3,0
Moduły praktyk kierunkowych																	
					ogół.	WP	EW	prak.									
1	S1-62-KPRAZ1-2	Kierunkowa praktyka zawodowa I	zal	10	250	2	10	238	10,0	0,0	0,0	10,0			10,0		10,0
2	S1-62-KPRAZ2-3	Kierunkowa praktyka zawodowa II	zal	9	230	2	10	218	9,0	0,0	0,0	9,0			9,0		9,0
Moduły praktyk specjalnościowych																	
					ogół.	WP	EW	prak.									
1	S1-62-SPRAZ1-4	Specjalnościowa praktyka zawodowa I	zal	10	250	2	10	238	10,0	0,0	0,0	10,0	10,0		10,0		10,0
2	S1-62-SPRAZ2-5	Specjalnościowa praktyka zawodowa II	zal	9	230	2	10	218	9,0	0,0	0,0	9,0	9,0		9,0		9,0

Sumaryczne wskaźniki ECTS

Wydział:	**Studiów Stosowanych**
Kierunek:	**Komunikacja wizerunkowa**
Moduł kształcenia wybieralnego / w zakresie:	**Marketing eventów**
Stopień kształcenia:	**pierwszy**
Profil:	**praktyczny**
Forma studiów:	**stacjonarna**
Czas trwania:	**6 semestrów**
Obowiązuje od roku akademickiego:	**2026/2027**

Lp.	Kod przedmiotu	Nazwa przedmiotu/modułu kształcenia	E/O/ZAL	ECTS	Liczba godz. ogół.	wyk.	ćw.	p/e	Wskaźniki ECTS: bezpośredni kontakt	Punkty ECTS za aktywność niewymagającą udziału nauczyciela akademickiego: e-learning	praca własna studenta	praktyczne	wybieralne	z wykorzystaniem metod i technik kształcenia na odległość	zajęcia z dziedziny nauk społecznych	zajęcia z dziedziny nauk humanistycznych	dyscyplina wiodąca: nauki o komunikacji społecznej i mediach
		SUMA W %							**54,2%**	4,1%	41,8%	77,6%	**36,7%**	15,3%	91,1%	**5,6%**	**100,0%**
		SUMA PUNKTÓW ECTS		**180**					97,6	7,4	75,2	**139,7**	66,0	27,5	164,0	**10,0**	**180,0**
Moduły kształcenia podstawowego																	
1	S1-00-BHP-1	Szkolenie wstępne z zakresu BHP	zal	0	4	0	0	4	0,0	0,2	0,0	0,0		0,2			0,0
2	S1-00-RYNMED-1	Rynki medialne	E	4	40	20	20	0	1,6	0,0	2,4	2,0		0,8	2,0	2,0	4,0
3	S1-00-FILKOM-2	Filozofia komunikacji	E	3	30	30	0	0	1,2	0,0	1,8	0,0		1,2		3,0	3,0
4	S1-00-WIEKUL-2	Wiedza o kulturze	O	3	40	20	20	0	1,6	0,0	1,4	1,5		0,8		3,0	3,0
5	S1-00-ETYKOM-4	Etyka komunikacji	E	2	30	30	0	0	1,2	0,0	0,8	0,0		1,2	1,0	1,0	2,0
6	S1-00-SPOSIE-5	Społeczeństwo sieci	O	3	60	30	30	0	2,4	0,0	0,6	1,5		1,2	2,0	1,0	3,0
7	S1-00-KOMPRZY1-1	Kompetencje przyszłości I	ZAL	2	16	0	16	0	0,6	0,0	1,4	2,0		0,0			2,0
8	S1-00-KOMPRZY2-2	Kompetencje przyszłości III	ZAL	2	16	0	16	0	0,6	0,0	1,4	2,0		0,0			2,0
9	S1-00-KOMPRZY3-3	Kompetencje przyszłości III	ZAL	2	16	0	16	0	0,6	0,0	1,4	2,0		0,0			2,0
Moduły kształcenia kierunkowego																	
1	S1-00-WSTKOM-1	Wprowadzenie do nauki o komunikowaniu	E	4	32	32	0	0	1,3	0,0	2,7	0,0		1,3	4,0		4,0

2	S1-00-PROKOM-1	Projektowanie komunikacji	O	4	60	30	30	0	2,4	0,0	1,6	2,0		1,2	4,0		4,0
3	S1-00-KOMZES-1	Komunikacja w zespołach	O	3	30	0	30	0	1,2	0,0	1,8	3,0		0,0	3,0		3,0
4	S1-00-WPKUPO-1	Wprowadzenie do kultury popularnej	E	4	30	30	0	0	1,2	0,0	2,8	0,0		1,2	4,0		4,0
5	S1-00-PRAPIS-1	Praktyczne pisanie	O	3	30	0	30	0	1,2	0,0	1,8	3,0		0,0	3,0		3,0
6	S1-00-WPKOWI-1	Wprowadzenie do komunikacji wizualnej	O	4	50	30	20	0	2,0	0,0	2,0	1,6		1,2	4,0		4,0
7	S1-00-HISDES-2	Historia designu	E	3	28	28	0	0	1,1	0,0	1,9	0,0		1,1	3,0		3,0
8	S1-00-CORIDE-2	Corporate Identity	O	2	18	0	18	0	0,7	0,0	1,3	2,0		0,0	2,0		2,0
9	S1-00-KOMINT-1	Komunikacja interpersonalna	O	2	20	0	20	0	0,8	0,0	1,2	2,0		0,0	2,0		2,0
10	S1-00-STRKOM-3	Strategie komunikacyjne	O	4	36	18	18	0	1,4	0,0	2,6	2,0		0,7	4,0		4,0
11	S1-00-KRPIIN-3	Kreatywne pisanie w internecie	O	3	28	0	28	0	1,1	0,0	1,9	3,0		0,0	3,0		3,0
12	S1-00-ELPSSP-4	Elementy psychologii społecznej	E	3	50	30	20	0	2,0	0,0	1,0	1,2		1,2	3,0		3,0
13	S1-00-PRAAUT-6	Prawo autorskie	O	3	32	0	32	0	1,3	0,0	1,7	3,0		0,0	3,0		3,0
14	S1-00-SZINWP-4	Sztuczna inteligencja - wprowadzenie	O	2	20	0	20	0	0,8	0,0	1,2	2,0		0,0	2,0		2,0
15	S1-00-MEPROS-4	Metody prezentacji osobistej	O	3	44	24	20	0	1,8	0,0	1,2	1,3		1,0	3,0		3,0
16	S1-00-TECVR-5	Technologia VR	O	2	28	0	28	0	1,1	0,0	0,9	2,0		0,0	2,0		2,0
17	S1-00-ANTEWI-5	Analiza tekstów wizerunkowych	O	2	26	0	26	0	1,0	0,0	1,0	2,0		0,0	2,0		2,0
18	S1-00-STSTDE-6	Storyteling i story design	O	4	50	30	20	0	2,0	0,0	2,0	1,6		1,2	4,0		4,0
19	S1-00-POPRKA-6	Podstawy pracy z kamerą i montaż	O	3	30	0	30	0	1,2	0,0	1,8	3,0		0,0	3,0		3,0
20	S1-00-ZRINKO-6	Źródła informacji w komunikacji wizerunkowej	O	2	20	0	20	0	0,8	0,0	1,2	2,0		0,0	2,0		2,0
21	S1-00-WAFORE-6	Warsztaty fotografii reklamowej	O	4	30	0	30	0	1,2	0,0	2,8	4,0		0,0	4,0		4,0
Moduły przygotowania pracy dyplomowej																	
1	S1-...-SEMD1-5	Seminarium dyplomowe I	O	3	30	0	30	0	1,2	0,0	1,8	3,0			3,0		3,0
2	S1-...-SEMD2-6	Seminarium dyplomowe II	O	7	30	0	30	0	1,2	0,0	5,8	7,0			7,0		7,0
Moduły kształcenia językowego																	
1	S1-00-JĘZOBC1-3	Język obcy I (język angielski, język niemiecki)	O	4	84	0	24	60	1,0	2,4	0,6	4,0	4,0	2,4	4,0		4,0
2	S1-00-JĘZOBC2-4	Język obcy II (język angielski, język niemiecki)	O	4	84	0	24	60	1,0	2,4	0,6	4,0	4,0	2,4	4,0		4,0
3	S1-00-JĘZOBC3-5	Język obcy III (język angielski, język niemiecki)	E	4	84	0	24	60	1,0	2,4	0,6	4,0	4,0	2,4	4,0		4,0
Moduły kształcenia w zakresie wychowania fizycznego																	
1	S1-00-WF1-3	Wychowanie fizyczne I	zal	0		0	30	0	0,0	0,0	0,0	0,0					
2	S1-00-WF2-4	Wychowanie fizyczne II	zal	0		0	30	0	0,0	0,0	0,0	0,0					
Moduły kształcenia specjalnościowego																	
1	S1-00-KOW-3	Komunikacja wizualna	O	4	60	30	30	0	2,4	0,0	1,6	2,0	4,0	1,2	4,0		4,0
2	S1-00-SPIF-3	Sponsoring i finansowanie	O	4	30	0	30	0	1,2	0,0	2,8	4,0	3,0	0,0	3,0		3,0

3	S1-00-PREB-4	Prezentacje biznesowe Warsztat	O	3	30	0	30	0	1,2	0,0	1,8	3,0	3,0	0,0	3,0		3,0
4	S1-00--ESIK-4	Eventy sportowe i kulturalne	O	3	60	30	30	0	2,4	0,0	0,6	1,5	4,0	1,2	4,0		4,0
5	S1-00-ACHA-4	Akcje charytatywne	O	3	60	30	30	0	2,4	0,0	0,6	1,5	4,0	1,2	4,0		4,0
6	S1-00-KWIN-5	Kreowanie wizerunku instytucji	O	4	30	0	30	0	1,2	0,0	2,8	4,0	3,0	0,0	3,0		3,0
7	S1-00-PREP-5	Premiera produkctu - techniki	O	4	60	30	30	0	2,4	0,0	1,6	2,0	4,0	1,2	4,0		4,0
8	S1-00-WEBIN-5	Webinaria - transmisje i wirtualne pokoje Warsztat	O	3	30	0	30	0	1,2	0,0	1,8	3,0	3,0	0,0	3,0		3,0
9	S1-00- EHYB-6	Eventy hybrydowej	O	4	30	0	30	0	1,2	0,0	2,8	4,0	4,0	0,0	4,0		4,0
10	S1-00-EBR-6	Employer Branding	O	3	30	0	30	0	1,2	0,0	1,8	3,0	3,0	0,0	3,0		3,0
Moduły praktyk kierunkowych																	
					ogół.	WP	EW	prak.									
1	S1-62-KPRAZ1-2	Kierunkowa praktyka zawodowa I	zal	10	250	2	10	238	10,0	0,0	0,0	10,0			10,0		10,0
2	S1-62-KPRAZ2-3	Kierunkowa praktyka zawodowa II	zal	9	230	2	10	218	9,0	0,0	0,0	9,0			9,0		9,0
Moduły praktyk specjalnościowych																	
					ogół.	WP	EW	prak.									
1	S1-62-SPRAZ1-4	Specjalnościowa praktyka zawodowa I	zal	10	250	2	10	238	10,0	0,0	0,0	10,0	10,0		10,0		10,0
2	S1-62-SPRAZ2-5	Specjalnościowa praktyka zawodowa II	zal	9	230	2	10	218	9,0	0,0	0,0	9,0	9,0		9,0		9,0

Sumaryczne wskaźniki ECTS

Wydział:	**Studiów Stosowanych**
Kierunek:	**Komunikacja wizerunkowa**
Moduł kształcenia wybieralnego / w zakresie:	**Kampanie wizerunkowe**
Stopień kształcenia:	**pierwszy**
Profil:	**praktyczny**
Forma studiów:	**stacjonarna**
Czas trwania:	**6 semestrów**
Obowiązuje od roku akademickiego:	**2026/2027**

Lp.	Kod przedmiotu	Nazwa przedmiotu/modułu kształcenia	E/O/ZAL	ECTS	Liczba godz. ogół.	wyk.	ćw.	p/e	Wskaźniki ECTS: bezpośredni kontakt	Punkty ECTS za aktywność niewymagającą udziału nauczyciela akademickiego: e-learning	praca własna studenta	praktyczne	wybieralne	z wykorzystaniem metod i technik kształcenia na odległość	zajęcia z dziedziny nauk społecznych	zajęcia z dziedziny nauk humanistycznych	dyscyplina wiodąca: nauki o komunikacji społecznej i mediach
			SUMA W %						**54,2%**	4,1%	41,8%	77,6%	**36,7%**	15,3%	91,1%	**5,6%**	**100,0%**
			SUMA PUNKTÓW ECTS	**180**					97,6	7,4	75,2	**139,7**	66,0	27,5	164,0	**10,0**	**180,0**
Moduły kształcenia podstawowego																	
1	S1-00-BHP-1	Szkolenie wstępne z zakresu BHP	zal	0	4	0	0	4	0,0	0,2	0,0	0,0		0,2			0,0
2	S1-00-RYNMED-1	Rynki medialne	E	4	40	20	20	0	1,6	0,0	2,4	2,0		0,8	2,0	2,0	4,0
3	S1-00-FILKOM-2	Filozofia komunikacji	E	3	30	30	0	0	1,2	0,0	1,8	0,0		1,2		3,0	3,0
4	S1-00-WIEKUL-2	Wiedza o kulturze	O	3	40	20	20	0	1,6	0,0	1,4	1,5		0,8		3,0	3,0
5	S1-00-ETYKOM-4	Etyka komunikacji	E	2	30	30	0	0	1,2	0,0	0,8	0,0		1,2	1,0	1,0	2,0
6	S1-00-SPOSIE-5	Społeczeństwo sieci	O	3	60	30	30	0	2,4	0,0	0,6	1,5		1,2	2,0	1,0	3,0
7	S1-00-KOMPRZY1-1	Kompetencje przyszłości I	ZAL	2	16	0	16	0	0,6	0,0	1,4	2,0		0,0			2,0
8	S1-00-KOMPRZY2-2	Kompetencje przyszłości III	ZAL	2	16	0	16	0	0,6	0,0	1,4	2,0		0,0			2,0
9	S1-00-KOMPRZY3-3	Kompetencje przyszłości III	ZAL	2	16	0	16	0	0,6	0,0	1,4	2,0		0,0			2,0
Moduły kształcenia kierunkowego																	
1	S1-00-WSTKOM-1	Wprowadzenie do nauki o komunikowaniu	E	4	32	32	0	0	1,3	0,0	2,7	0,0		1,3	4,0		4,0

2	S1-00-PROKOM-1	Projektowanie komunikacji	O	4	60	30	30	0	2,4	0,0	1,6	2,0		1,2	4,0		4,0
3	S1-00-KOMZES-1	Komunikacja w zespołach	O	3	30	0	30	0	1,2	0,0	1,8	3,0		0,0	3,0		3,0
4	S1-00-WPKUPO-1	Wprowadzenie do kultury popularnej	E	4	30	30	0	0	1,2	0,0	2,8	0,0		1,2	4,0		4,0
5	S1-00-PRAPIS-1	Praktyczne pisanie	O	3	30	0	30	0	1,2	0,0	1,8	3,0		0,0	3,0		3,0
6	S1-00-WPKOWI-1	Wprowadzenie do komunikacji wizualnej	O	4	50	30	20	0	2,0	0,0	2,0	1,6		1,2	4,0		4,0
7	S1-00-HISDES-2	Historia designu	E	3	28	28	0	0	1,1	0,0	1,9	0,0		1,1	3,0		3,0
8	S1-00-CORIDE-2	Corporate Identity	O	2	18	0	18	0	0,7	0,0	1,3	2,0		0,0	2,0		2,0
9	S1-00-KOMINT-1	Komunikacja interpersonalna	O	2	20	0	20	0	0,8	0,0	1,2	2,0		0,0	2,0		2,0
10	S1-00-STRKOM-3	Strategie komunikacyjne	O	4	36	18	18	0	1,4	0,0	2,6	2,0		0,7	4,0		4,0
11	S1-00-KRPIIN-3	Kreatywne pisanie w internecie	O	3	28	0	28	0	1,1	0,0	1,9	3,0		0,0	3,0		3,0
12	S1-00-ELPSSP-4	Elementy psychologii społecznej	E	3	50	30	20	0	2,0	0,0	1,0	1,2		1,2	3,0		3,0
13	S1-00-PRAAUT-6	Prawo autorskie	O	3	32	0	32	0	1,3	0,0	1,7	3,0		0,0	3,0		3,0
14	S1-00-SZINWP-4	Sztuczna inteligencja - wprowadzenie	O	2	20	0	20	0	0,8	0,0	1,2	2,0		0,0	2,0		2,0
15	S1-00-MEPROS-4	Metody prezentacji osobistej	O	3	44	24	20	0	1,8	0,0	1,2	1,3		1,0	3,0		3,0
16	S1-00-TECVR-5	Technologia VR	O	2	28	0	28	0	1,1	0,0	0,9	2,0		0,0	2,0		2,0
17	S1-00-ANTEWI-5	Analiza tekstów wizerunkowych	O	2	26	0	26	0	1,0	0,0	1,0	2,0		0,0	2,0		2,0
18	S1-00-STSTDE-6	Storyteling i story design	O	4	50	30	20	0	2,0	0,0	2,0	1,6		1,2	4,0		4,0
19	S1-00-POPRKA-6	Podstawy pracy z kamerą i montaż	O	3	30	0	30	0	1,2	0,0	1,8	3,0		0,0	3,0		3,0
20	S1-00-ZRINKO-6	Źródła informacji w komunikacji wizerunkowej	O	2	20	0	20	0	0,8	0,0	1,2	2,0		0,0	2,0		2,0
21	S1-00-WAFORE-6	Warsztaty fotografii reklamowej	O	4	30	0	30	0	1,2	0,0	2,8	4,0		0,0	4,0		4,0
Moduły przygotowania pracy dyplomowej																	
1	S1-...-SEMD1-5	Seminarium dyplomowe I	O	3	30	0	30	0	1,2	0,0	1,8	3,0			3,0		3,0
2	S1-...-SEMD2-6	Seminarium dyplomowe II	O	7	30	0	30	0	1,2	0,0	5,8	7,0			7,0		7,0
Moduły kształcenia językowego																	
1	S1-00-JĘZOBC1-3	Język obcy I (język angielski, język niemiecki)	O	4	84	0	24	60	1,0	2,4	0,6	4,0	4,0	2,4	4,0		4,0
2	S1-00-JĘZOBC2-4	Język obcy II (język angielski, język niemiecki)	O	4	84	0	24	60	1,0	2,4	0,6	4,0	4,0	2,4	4,0		4,0
3	S1-00-JĘZOBC3-5	Język obcy III (język angielski, język niemiecki)	E	4	84	0	24	60	1,0	2,4	0,6	4,0	4,0	2,4	4,0		4,0
Moduły kształcenia w zakresie wychowania fizycznego																	
1	S1-00-WF1-3	Wychowanie fizyczne I	zal	0		0	30	0	0,0	0,0	0,0	0,0					
2	S1-00-WF2-4	Wychowanie fizyczne II	zal	0		0	30	0	0,0	0,0	0,0	0,0					
Moduły kształcenia specjalnościowego																	
1	S1-00-NKREK-3	Nowoczesne kampanie reklamowe	O	3	60	30	30	0	2,4	0,0	0,6	1,5	4,0	1,2	4,0		4,0
2	S1-00-ATM-3	Aktualne trendy marketingu	O	4	30	0	30	0	1,2	0,0	2,8	4,0	3,0	0,0	3,0		3,0

3	S1-00-MIWP-4	Marka i wizerunek przedsiębiorstwa	O	4	30	0	30	0	1,2	0,0	2,8	4,0	3,0	0,0	3,0		3,0
4	S1-00-BMAI-4	Warsztaty brandingowe	O	3	60	30	30	0	2,4	0,0	0,6	1,5	4,0	1,2	4,0		4,0
5	S1-00-TMIN-4	Produkcja mediów cyfrowych	O	4	60	30	30	0	2,4	0,0	1,6	2,0	4,0	1,2	4,0		4,0
6	S1-00-WARB-5	Budowanie marki w internecie z wykorzystaniem AI Warsztat	O	3	30	0	30	0	1,2	0,0	1,8	3,0	3,0	0,0	3,0		3,0
7	S1-00-PMC-5	Marketing i PR - definicje, techniki, narzędzia	O	4	60	30	30	0	2,4	0,0	1,6	2,0	4,0	1,2	4,0		4,0
8	S1-00-MIPR-5	Pomiar efektywności kampanii	O	3	30	0	30	0	1,2	0,0	1,8	3,0	3,0	0,0	3,0		3,0
9	S1-00-PEK-6	Startegia budowania relacji z mediami	O	4	30	0	30	0	1,2	0,0	2,8	4,0	4,0	0,0	4,0		4,0
10	S1-00-SBR-6	Techniki mediacji i negocjacji	O	3	30	0	30	0	1,2	0,0	1,8	3,0	3,0	0,0	3,0		3,0
Moduły praktyk kierunkowych																	
					ogół.	WP	EW	prak.									
1	S1-62-KPRAZ1-2	Kierunkowa praktyka zawodowa I	zal	10	250	2	10	238	10,0	0,0	0,0	10,0			10,0		10,0
2	S1-62-KPRAZ2-3	Kierunkowa praktyka zawodowa II	zal	9	230	2	10	218	9,0	0,0	0,0	9,0			9,0		9,0
Moduły praktyk specjalnościowych																	
					ogół.	WP	EW	prak.									
1	S1-62-SPRAZ1-4	Specjalnościowa praktyka zawodowa I	zal	10	250	2	10	238	10,0	0,0	0,0	10,0	10,0		10,0		10,0
2	S1-62-SPRAZ2-5	Specjalnościowa praktyka zawodowa II	zal	9	230	2	10	218	9,0	0,0	0,0	9,0	9,0		9,0		9,0