

**PROGRAM STUDIÓW: KOMUNIKACJA WIZERUNKOWA,  
STUDIA I STOPNIA STACJONARNE**

**SPECJALNOŚĆ: BRANDING**

**I ROK STUDIÓW**

**semestr 1**

| Lp.          | Nazwa przedmiotu      | O/F* | Forma zajęć** | Liczba godzin | Punkty ECTS | Forma zal.   |
|--------------|-----------------------|------|---------------|---------------|-------------|--------------|
| 1.           | Teorie komunikacji    | O    | Wykład        | 30            | 4           | E            |
| 2.           | Teorie komunikacji    | O    | Ćwiczenia     | 30            | 3           | Zo           |
| 3.           | Communication design  | O    | Ćwiczenia     | 30            | 3           | Zo           |
| 4.           | Dyskursy mediów       | O    | Wykład        | 30            | 4           | E            |
| 5.           | Dyskursy mediów       | O    | Ćwiczenia     | 30            | 3           | Zo           |
| 6.           | Filozofia             | O    | Ćwiczenia     | 30            | 3           | Zo           |
| 7.           | Prawo autorskie       | O    | Ćwiczenia     | 30            | 3           | Zo           |
| 8.           | Branding              | O    | Ćwiczenia     | 30            | 3           | Zo           |
| 9.           | Socjologia            | O    | Ćwiczenia     | 30            | 2           | Zo           |
| 10.          | Psychologia społeczna | O    | Wykład        | 30            | 2           | E            |
| 11.          | BHP (e-learning)      | O    | Wykład        | 4             | 0           | Z            |
| <b>Razem</b> |                       |      |               | <b>304</b>    | <b>30</b>   | <b>-----</b> |

\* Studenci cudzoziemcy mają obowiązek zrealizowania kursu języka polskiego w wymiarze 120 h w pierwszych czterech semestrach i uzyskanie poziomu B2. Kurs realizowany jest przez Szkołę Języka Polskiego i Kultury dla Cudzoziemców Uniwersytetu Wrocławskiego i pozwala uzyskać 8 ECTS. Punkty te nie wliczają się do puli ECTS koniecznej do ukończenia studiów.

**Semestr 2**

| Lp.          | Nazwa przedmiotu                                                   | O/F* | Forma zajęć** | Liczba godzin | Punkty ECTS | Forma zal. |
|--------------|--------------------------------------------------------------------|------|---------------|---------------|-------------|------------|
| 1.           | Retoryka i erystyka                                                | O    | Ćwiczenia     | 30            | 2           | Zo         |
| 2.           | Wprowadzenie do badań w naukach o komunikacji społecznej i mediach | O    | Wykład        | 15            | 3           | E          |
| 3.           | Badania empiryczne                                                 | O    | Ćwiczenia     | 30            | 4           | Zo         |
| 4.           | Projektowanie graficzne                                            | O    | Ćwiczenia     | 30            | 2           | Zo         |
| 5.           | Public relations                                                   | O    | Konwers.      | 30            | 3           | Zo         |
| 6.           | Proces kreatywny                                                   | O    | Ćwiczenia     | 30            | 3           | Zo         |
| 7.           | Teksty użytkowe – teoria i praktyka                                | O    | Warsztat      | 30            | 3           | Zo         |
| 8.           | Komunikacja wizualna                                               | O    | Wykład        | 30            | 4           | E          |
| 9.           | <i>Teamwork</i>                                                    | O    | Warsztat      | 30            | 2           | Zo         |
| 10.          | <i>Analiza dyskursu</i>                                            | O    | Ćwiczenia     | 30            | 2           | Zo         |
| 11.          | <i>Wprowadzenie do kultury popularnej</i>                          | O    | Wykład        | 30            | 2           | E          |
| 12.          | Język obcy                                                         | O    | Lektorat      | 60            | 0           | Z          |
| <b>Razem</b> |                                                                    |      |               | <b>375</b>    | <b>30</b>   |            |

## II ROK

### semestr 3

| Lp.          | Nazwa przedmiotu                            | O/F<br>* | Forma<br>zajęć** | Liczba<br>godzin | Punkty<br>ECTS | Forma<br>zal. |
|--------------|---------------------------------------------|----------|------------------|------------------|----------------|---------------|
| 1.           | Metody badań komunikacji                    | O        | Ćwiczenia        | 30               | 4              | Zo            |
| 2.           | Project management                          | O        | Ćwiczenia        | 30               | 3              | Zo            |
| 3.           | Współczesne teorie komunikacji              | O        | Wykład           | 30               | 3              | E             |
| 4.           | <i>Projektowanie informacji</i>             | O        | Warsztat         | 30               | 3              | Zo            |
| 5.           | <i>Kultura marki</i>                        | O        | Ćwiczenia        | 30               | 3              | Zo            |
| 6.           | <i>Diagnostyka marki</i>                    | O        | Warsztat         | 30               | 3              | Zo            |
| 7.           | <i>Reklama jako forma komunikacji marki</i> | O        | Wykład           | 30               | 3              | E             |
| 8.           | <i>Analiza semiotyczna</i>                  | O        | Ćwiczenia        | 30               | 4              | Zo            |
| 9.           | <i>Narzędzia komunikacji marki</i>          | O        | Ćwiczenia        | 30               | 4              | Zo            |
| 10.          | Język obcy                                  | O        | Lektorat         | 60               | 0              | Z             |
| 11.          | Wychowanie fizyczne                         | O        | Ćwiczenia        | 30               | 0              | Zo            |
| <b>Razem</b> |                                             |          |                  | <b>360</b>       | <b>30</b>      | -----         |

### semestr 4

| Lp.          | Nazwa przedmiotu                       | O/F<br>* | Forma<br>zajęć** | Liczba<br>godzin | Punkty<br>ECTS | Forma<br>zal. |
|--------------|----------------------------------------|----------|------------------|------------------|----------------|---------------|
| 1.           | Estetyka                               | O        | Wykład           | 30               | 2              | E             |
| 2.           | Style życia w komunikacji              | O        | Warsztat         | 30               | 2              | Zo            |
| 3.           | <i>Systemy identyfikacji wizualnej</i> | O        | Warsztat         | 30               | 2              | Zo            |
| 4.           | <i>Myślenie projektowe</i>             | O        | Ćwiczenia        | 30               | 2              | Zo            |
| 5.           | <i>Badanie użytkowania mediów</i>      | O        | Ćwiczenia        | 30               | 2              | Zo            |
| 6.           | <i>Stylistyka i kultura języka</i>     | O        | Ćwiczenia        | 30               | 2              | Zo            |
| 7.           | <i>Strategia marki</i>                 | O        | Warsztat         | 30               | 2              | Zo            |
| 8.           | <i>Projektowanie doświadczeń</i>       | O        | Warsztat         | 30               | 2              | Zo            |
| 9.           | <i>Teksty wizerunkowe</i>              | O        | Ćwiczenia        | 30               | 2              | Zo            |
| 10.          | Wychowanie fizyczne                    | O        | Ćwiczenia        | 30               | 0              | Zo            |
| 11.          | Język obcy                             | O        | Lektorat         | 60               | 12             | E             |
| <b>Razem</b> |                                        |          |                  | <b>360</b>       | <b>30</b>      | -----         |

### III ROK STUDIÓW

#### 5 semestr

| Lp.          | Nazwa przedmiotu                     | O/F* | Forma zajęć** | Liczba godzin | Punkty ECTS | Forma zal.   |
|--------------|--------------------------------------|------|---------------|---------------|-------------|--------------|
| 1.           | Seminarium licencjackie              | O    | Ćwiczenia     | 30            | 4           | Zo           |
| 2.           | Podstawy komunikacji interkulturowej | O    | Ćwiczenia     | 30            | 3           | Zo           |
| 3.           | Rynkowe konteksty komunikacji        | O    | Wykład        | 15            | 2           | E            |
| 4.           | Metody prezentacji osobistej         | O    | Warsztat      | 30            | 3           | Zo           |
| 5.           | <i>Badania trendów konsumenckich</i> | O    | Ćwiczenia     | 30            | 3           | Zo           |
| 6.           | <i>Strategia komunikacji marki</i>   | O    | Warsztat      | 30            | 3           | Zo           |
| 7.           | <i>Etnografia komunikacji</i>        | O    | Ćwiczenia     | 30            | 3           | Zo           |
| 8.           | <i>Koncepty kreatywne</i>            | O    | Ćwiczenia     | 30            | 3           | Zo           |
| 9.           | <i>Content management</i>            | O    | Ćwiczenia     | 30            | 3           | Zo           |
| 10.          | <i>Przedmiot opcyjny</i>             | F    | Ćwiczenia     | 30            | 3           | Zo           |
|              | <i>Event management</i>              |      |               |               |             |              |
|              | <i>Digital marketing</i>             |      |               |               |             |              |
|              | <i>Marki luksusowe</i>               |      |               |               |             |              |
|              | <i>E-commerce</i>                    |      |               |               |             |              |
|              | <i>Marki FMCG</i>                    |      |               |               |             |              |
| <b>Razem</b> |                                      |      |               | <b>285</b>    | <b>30</b>   | <b>-----</b> |

#### 6 semestr

| Lp.          | Nazwa przedmiotu                     | O/F | Forma     | Liczba     | Punkty    | Forma        |
|--------------|--------------------------------------|-----|-----------|------------|-----------|--------------|
| 1.           | Seminarium licencjackie              | O   | Ćwiczenia | 30         | 9         | Zo           |
| 2.           | <i>Zarządzanie marką</i>             | O   | Warsztat  | 30         | 4         | Zo           |
| 3.           | <i>Spółeczne zaangażowanie marek</i> | O   | Ćwiczenia | 30         | 4         | Zo           |
| 4.           | <i>Art Direction komunikacji</i>     | O   | Ćwiczenia | 30         | 3         | Zo           |
| 5.           | <i>Employer branding</i>             | O   | Ćwiczenia | 30         | 4         | Zo           |
| 6.           | <i>Influencer marketing</i>          | O   | Ćwiczenia | 30         | 3         | Zo           |
| 7.           | <i>Komunikacja z klientem</i>        | O   | Ćwiczenia | 30         | 3         | Zo           |
| <b>Razem</b> |                                      |     |           | <b>210</b> | <b>30</b> | <b>-----</b> |

<sup>1</sup> O – obowiązkowy/ F – fakultatywny

<sup>2</sup> E – egzamin / Z/o – zaliczenie z oceną / Z - zaliczenie

<sup>3</sup> 104 (58% wszystkich) punkty ECTS realizowane w ramach przedmiotów z wolnego wyboru (przedmioty specjalnościowe, język obcy, seminarium licencjackie)

<sup>4</sup> Kursywą zaznaczone zostały przedmioty specjalnościowe

<sup>5</sup> Liczba punktów ECTS w ramach zajęć z dziedziny nauk humanistycznych: 5 (Filozofia – 3 ECTS, Retoryka i erystyka – 2 ECTS)

<sup>6</sup> Łączna liczba godzin: 1894

| <b>Wskaźniki ECTS</b>                                                                                                                                                 |                                                                                                  |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Liczba punktów ECTS niezbędna do uzyskania kwalifikacji                                                                                                               | 180                                                                                              |
| Łączna liczba punktów ECTS, które student musi uzyskać na zajęciach wymagających bezpośredniego udziału nauczycieli akademickich                                      | 180                                                                                              |
| Liczba punktów ECTS, którą student musi uzyskać w ramach zajęć z dziedziny nauk humanistycznych                                                                       | 5 (Filozofia – 3 ECTS, Retoryka i erystyka – 2 ECTS)                                             |
| Liczba punktów ECTS, którą student musi uzyskać w ramach zajęć z języka obcego                                                                                        | 12 + 8 (w przypadku studentów cudzoziemców mających obowiązek realizacji kursu języka polskiego) |
| Liczba punktów ECTS, którą student musi uzyskać realizując moduły na zajęciach ogólnouczelnianych (lektoraty, moduły związane z przygotowaniem do zawodu nauczyciela) | 12 + 8 (w przypadku studentów cudzoziemców mających obowiązek realizacji kursu języka polskiego) |
| Wymiar praktyki zawodowej i liczba punktów ECTS przypisanych praktykom określonym w programie studiów                                                                 | -                                                                                                |
| Procentowy udział liczby punktów ECTS dla programu przyporządkowanego do więcej niż jednej dyscypliny                                                                 | -                                                                                                |
| Procentowy udział poszczególnych dyscyplin, do których odnoszą się efekty uczenia. Suma udziałów musi być równa 100%                                                  | Nauki o komunikacji społecznej i mediach – 100%                                                  |

## OPIS ZAKŁADANYCH EFEKTÓW UCZENIA SIĘ DLA KIERUNKU STUDIÓW

|                                                                                                                                                                                                                                                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                                                                                                                                |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Wydział: Filologiczny<br>Kierunek studiów: komunikacja wizerunkowa<br>Dyscyplina naukowa: nauki o komunikacji społecznej i mediach (100%)<br>Poziom kształcenia: studia I stopnia<br>Poziom kwalifikacji: 6 PRK<br>Profil kształcenia: ogólnoakademicki |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                                                                                                                                |
| Kod efektu uczenia się dla kierunku studiów                                                                                                                                                                                                             | <b>Efekty uczenia się dla kierunku studiów</b><br><br>Po ukończeniu studiów pierwszego stopnia na kierunku komunikacja wizerunkowa absolwent uzyska efekty uczenia się w zakresie:                                                                                                                              | Odniesienie do charakterystyk drugiego stopnia PRK z uwzględnieniem efektów właściwych dla dyscypliny nauki o komunikacji społecznej i mediach |
| <b>WIEDZA</b>                                                                                                                                                                                                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                                                                                                                                |
| K_W01                                                                                                                                                                                                                                                   | zna i rozumie w zaawansowanym stopniu fakty, obiekty, zjawiska i procesy oraz teorie wyjaśniające złożone zależności między nimi, stanowiące wiedzę ogólną z zakresu nauk o komunikacji społecznej i mediach, zwłaszcza z zakresu komunikacji wizualnej, projektowania komunikacji oraz komunikowania wizerunku | P6S_WG                                                                                                                                         |
| K_W02                                                                                                                                                                                                                                                   | zna w zaawansowanym stopniu terminologię z zakresu nauk o komunikacji społecznej i mediach, a także specjalistyczny język charakterystyczny dla zawodów tzw. sektora kreatywnego związanych komunikacją wizerunkową                                                                                             | P6S_WG                                                                                                                                         |
| K_W03                                                                                                                                                                                                                                                   | ma zaawansowaną wiedzę na temat zjawiska komunikacji, jego społecznych i technologicznych podstaw w wymiarze interpersonalnym, grupowym, instytucjonalnym oraz publicznym, włączając wiedzę o języku i innych środkach komunikacji                                                                              | P6S_WG                                                                                                                                         |
| K_W04                                                                                                                                                                                                                                                   | posiada zaawansowaną wiedzę na temat komunikacji wizerunkowej, architektury marki i metod budowania strategii komunikowania wizerunku ze szczególnym uwzględnieniem aspektów komunikacji wizualnej, projektowania komunikacji oraz komunikowania wizerunku                                                      | P6S_WG                                                                                                                                         |
| K_W05                                                                                                                                                                                                                                                   | ma uporządkowaną wiedzę na temat powiązań między naukami o komunikacji społecznej i                                                                                                                                                                                                                             | P6S_WG<br>P6S_WK                                                                                                                               |

|       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                  |
|-------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------|
|       | mediach a wybranymi innymi dyscyplinami z zakresu nauk społecznych i humanistycznych, zwłaszcza językoznawstwem, filozofią, socjologią i psychologią, co pozwala na interdyscyplinarne podejście do działań naukowych i profesjonalnych                                                                                                                                                                                                                              |                  |
| K_W06 | zna na poziomie zaawansowanym wybrane metody i narzędzia opisu odpowiednie dla nauk o komunikacji społecznej i mediach, zwłaszcza komunikacji wizualnej, projektowania komunikacji i komunikowania wizerunku, a także techniki pozyskiwania danych, pozwalające opisywać struktury i instytucje społeczne oraz procesy w nich i między nimi zachodzące w zakresie wybranych obszarów przemysłów kreatywnych, mediów, komunikacji wizualnej i komunikowania wizerunku | P6S_WG           |
| K_W07 | ma zaawansowaną wiedzę o człowieku jako twórcy kultury, zwłaszcza w zakresie komunikacji wizualnej, projektowania komunikacji oraz komunikowania wizerunku, ponadto ma uporządkowaną wiedzę o teoriach kultury, instytucjach kultury oraz orientację we współczesnym życiu kulturalnym, a ponadto zna i rozumie dylematy współczesnej cywilizacji związane z rozwojem społeczeństwa informacyjnego oraz nowych mediów i technologii komunikowania                    | P6S_WK           |
| K_W08 | zna i rozumie podstawowe pojęcia i zasady z zakresu ochrony prawa autorskiego, zwłaszcza w odniesieniu do działalności kreatywnej, komunikacji wizualnej, projektowania i kreowania komunikacji oraz komunikowania wizerunku                                                                                                                                                                                                                                         | P6S_WK           |
| K_W09 | zna i rozumie wybrane zagadnienia z zakresu wiedzy szczegółowej i specjalistycznej właściwej dla nauk o komunikacji społecznej i mediach, a także zastosowania praktyczne tej wiedzy w działalności zawodowej związanej z pracą w tzw. sektorach kreatywnych związanych komunikacją wizualną, projektowaniem i kreowaniem komunikacji oraz komunikowaniem wizerunku                                                                                                  | P6S_WG           |
| K_W10 | zna i rozumie w stopniu zaawansowanym zasady funkcjonowania wykorzystywanych w branży kreatywnej urządzeń i stosowanego do nich oprogramowania, zwłaszcza stosowanego w projektowaniu komunikacji i komunikacji wizualnej                                                                                                                                                                                                                                            | P6S_WG<br>P6S_WK |

|                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                  |
|---------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------|
| K_W11               | rozumie rolę mediów i marek jako medialnych konstruktów w kształtowaniu społecznych postaw i zachowań                                                                                                                                                                                                                                                                           | P6S_WG           |
| K_W12               | zna zasady pracy i etyki pracowników tzw. sektorów kreatywnych związanych z komunikacją wizualną, projektowaniem i kreowaniem komunikacji oraz komunikowaniem wizerunku                                                                                                                                                                                                         | P6S_WG<br>P6S_WK |
| K_W13               | zna i rozumie podstawowe prawa regulujące współczesnym rynkiem pracy oraz zasady tworzenia i rozwoju różnych form przedsiębiorczości                                                                                                                                                                                                                                            | P6S_WK           |
| <b>UMIEJĘTNOŚCI</b> |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                  |
| K_U01               | potrafi w praktyce wykorzystać posiadaną wiedzę z zakresu nauk o komunikacji społecznej i mediach w celu identyfikowania, interpretowania i rozwiązywania problemów oraz wykonywania zadań związanych z profesjonalną działalnością w zakresie komunikacji wizualnej, projektowania i kreowania komunikacji oraz komunikowania wizerunku                                        | P6S_UW           |
| K_U02               | potrafi stawiać poprawne hipotezy związane z problemami wdrożeniowymi i je weryfikować, wykorzystując do tego metody i techniki właściwe dla przemysłów kreatywnych, komunikacji wizualnej, projektowania komunikacji, w tym zaawansowane techniki informacyjno-komunikacyjne                                                                                                   | P6S_UW           |
| K_U03               | potrafi pozyskiwać, wyszukiwać, poddawać analizie, wartościować i użytkować informację z wykorzystaniem różnych źródeł, w tym zaawansowane techniki informacyjno-komunikacyjne, i na tej podstawie formułować krytyczne oceny z zastosowaniem merytorycznej argumentacji, formułować wnioski i dokonywać syntetycznych podsumowań oraz rozwiązywać złożone i nietypowe problemy | P6S_UW           |
| K_U04               | potrafi w celu diagnozowania i rozwiązywania problemów komunikologicznych oraz związanych z działalnością w zakresie tworzenia komunikacji wizualnej, projektowaniem i kreowaniem komunikacji oraz komunikowaniem wizerunku, właściwie dobierać metody i narzędzia ich rozwiązania oraz stosować w tym celu zaawansowane technologie informacyjne i                             | P6S_UW           |

|       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                  |
|-------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------|
|       | komunikacyjne                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |                  |
| K_U05 | potrafi poddawać analizie różne rodzaje wytworów kultury, w tym z zakresu nauk o komunikacji społecznej i mediach, w celu określenia ich znaczeń i oddziaływania społecznego                                                                                                                                    | P6S_UW           |
| K_U06 | potrafi formułować i wyrażać własne poglądy, brać udział w debacie, przedstawiać i oceniać różne opinie i stanowiska oraz dyskutować o nich z wykorzystaniem specjalistycznej terminologii z zakresu nauk o komunikacji społecznej i mediach                                                                    | P6S_UK           |
| K_U07 | potrafi porozumiewać się ze specjalistami w zakresie nauk o komunikacji społecznej i mediach oraz profesjonalnego komunikowania w sferze publicznej, a także dotyczącej praktycznych aspektów komunikacji wizualnej, projektowania i kreowania komunikacji oraz komunikowania wizerunku                         | P6S_UK           |
| K_U08 | posiada umiejętność tworzenia zróżnicowanych gatunkowo tekstów pisemnych (zarówno o charakterze naukowym, jak i związanych z profesjami związanymi z kreacją wizerunku) w języku polskim i obcym z zastosowaniem wiedzy o języku                                                                                | P6S_UK<br>P6S_UW |
| K_U09 | posiada umiejętność tworzenia zróżnicowanych gatunkowo wypowiedzi ustnych (zarówno o charakterze naukowym, jak i związanych z profesjami związanymi z komunikacją wizerunkową) w języku polskim i obcym z zastosowaniem wiedzy o języku                                                                         | P6S_UK<br>P6S_UW |
| K_U10 | potrafi samodzielnie zdobywać wiedzę i poszerzać umiejętności profesjonalne związane z wybraną sferą działalności społecznej, związanej z komunikacją wizualną, projektowaniem komunikacji i komunikowaniem wizerunku oraz podejmować działania zmierzające do rozwijania zdolności i kierowania własną karierą | P6S_UU           |
| K_U11 | potrafi planować i organizować pracę własną i zespołową, a w pracy zespołowej (również o interdyscyplinarnym charakterze) umie skutecznie współpracować z innymi uczestnikami, przyjmuje w niej różne role, dzieli się posiadaną wiedzą i umiejętnościami                                                       | P6S_UO           |

|                              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |        |
|------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------|
| K_U12                        | potrafi komunikować się w języku nowożytnym obcym, zwłaszcza w zakresie dyscypliny nauki o komunikacji społecznej i mediach, zgodnie z wymaganiami określonymi dla poziomu B2 Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego                                                                                                                                             | P6S_UK |
| <b>KOMPETENCJE SPOŁECZNE</b> |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |        |
| K_K01                        | zna zakres posiadanej przez siebie wiedzy i umiejętności z zakresu komunikacji społecznej, a w szczególności komunikacji wizualnej, projektowania komunikacji oraz komunikowania wizerunku, i jest gotów do ciągłego poszerzania wiedzy i doskonalenia umiejętności                                                                                                          | P6S_KK |
| K_K02                        | jest gotów do świadomego planowania działań, określając czynniki ich powodzenia i przyjmując odpowiedzialność za ich właściwe wykonanie, konsekwencje i za wizerunek wykonywanego przez siebie zawodu                                                                                                                                                                        | P6S_KR |
| K_K03                        | jest gotów do pracy w środowisku międzynarodowym ze świadomością różnic kulturowych i związanych z tym wyzwań                                                                                                                                                                                                                                                                | P6S_KO |
| K_K04                        | jest gotów do myślenia i działania w sferze komunikacji społecznej i mediów w sposób przedsiębiorczy                                                                                                                                                                                                                                                                         | P6S_KO |
| K_K05                        | jest gotów do uczestniczenia w różnych formach życia kulturalnego i naukowego, realizowanych za pośrednictwem różnych mediów                                                                                                                                                                                                                                                 | P6S_KO |
| K_K06                        | jest gotów do odpowiedzialnego pełnienia ról zawodowych, ma świadomość znaczenia zasad etyki zawodowej i uczciwości intelektualnej w działaniach własnych i innych osób a ponadto jest przygotowany do tego, by dbać o dorobek i tradycje zawodów związanych z komunikacją wizualną, projektowaniem komunikacji i komunikowaniem wizerunku oraz dąży do rozwoju tego dorobku | P6S_KR |
| K_K07                        | jest gotów do świadomego wypełniania zobowiązań społecznych oraz współorganizowania działalności na rzecz środowiska społecznego, a także do inicjowania działań na rzecz interesu publicznego                                                                                                                                                                               | P6S_KO |

Objaśnienie symboli:

PRK – Polska Rama Kwalifikacji

P6S\_WG/P7S \_WG – kod składnika opisu kwalifikacji dla poziomu 6 i 7 w charakterystykach drugiego stopnia Polskiej Ramy Kwalifikacji

K\_W - kierunkowe efekty uczenia się w zakresie wiedzy

K\_U - kierunkowe efekty uczenia się w zakresie umiejętności

K\_K - kierunkowe efekty uczenia się w zakresie kompetencji społecznych

01, 02, 03 i kolejne - kolejny numer kierunkowego efektu uczenia się

**OPIS EFEKTÓW UCZENIA SIĘ ZAKŁADANYCH DLA SPECJALNOŚCI BRANDING  
Z ODNIESIENIEM DO EFEKTÓW UCZENIA SIĘ ZDEFINIOWANYCH DLA  
KIERUNKU STUDIÓW**

|                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                                                                                                                                                                                                                     |                                                                |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------|
| Wydział: Filologiczny<br>Kierunek studiów: komunikacja wizerunkowa<br>Specjalność: branding<br>Dyscyplina naukowa: nauki o komunikacji społecznej i mediach (100%)<br>Poziom kształcenia: studia I stopnia<br>Poziom kwalifikacji: 6 PRK<br>Profil kształcenia: ogólnoakademicki |                                                                                                                                                                                                                     |                                                                |
| Kod efektu uczenia się dla specjalności                                                                                                                                                                                                                                          | <b>Efekty uczenia się dla specjalności</b><br><br>Po ukończeniu studiów pierwszego stopnia na kierunku komunikacja wizerunkowa, specjalności branding absolwent uzyska efekty uczenia się w zakresie:               | Symbol efektów uczenia się zdefiniowanych dla kierunku studiów |
| <b>WIEDZA</b>                                                                                                                                                                                                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                     |                                                                |
| S1_W01                                                                                                                                                                                                                                                                           | ma zaawansowaną wiedzę o tym, czym jest marka i jakie są perspektywy jej opisu w kontekście teoretycznych paradygmatów obowiązujących w naukach o komunikacji społecznej i mediach                                  | K_W01;<br>K_W02;<br>K_W04;<br>K_W09;                           |
| S1_W02                                                                                                                                                                                                                                                                           | ma zaawansowaną wiedzę o specyfice różnych typów marek (komercyjnych, politycznych, pozarządowych, osobistych) i potrafi ją odnieść do istotnych teorii obowiązujących w naukach o komunikacji społecznej i mediach | K_W01;<br>K_W02;<br>K_W03;<br>K_W09;                           |
| S1_W03                                                                                                                                                                                                                                                                           | ma zaawansowaną wiedzę o relacji między marką, jej komunikacją oraz społecznym otoczeniem, a także o sposobach komunikowania o marce                                                                                | K_W05;<br>K_W09;<br>K_W11;                                     |
| S1_W04                                                                                                                                                                                                                                                                           | rozumie w zaawansowanym stopniu rolę i szczegółowe funkcje marek w kulturze i społeczeństwie                                                                                                                        | K_W05;<br>K_W07;<br>K_W09;<br>K_W11;                           |
| S1_W05                                                                                                                                                                                                                                                                           | ma zaawansowaną wiedzę na temat międzykulturowych kontekstów komunikacji                                                                                                                                            | K_W03;                                                         |
| S1_W06                                                                                                                                                                                                                                                                           | ma zaawansowaną wiedzę na temat ilościowych i jakościowych metod badania marek, konsumentów oraz społecznych i rynkowych trendów                                                                                    | K_W06;                                                         |
| <b>UMIEJĘTNOŚCI</b>                                                                                                                                                                                                                                                              |                                                                                                                                                                                                                     |                                                                |
| S1_U01                                                                                                                                                                                                                                                                           | potrafi dokonać analizy marki i jej różnorodnych form komunikacji z różnymi typami odbiorców                                                                                                                        | K_U01;<br>K_U02;<br>K_U03;<br>K_U04;<br>K_U07;                 |
| S1_U02                                                                                                                                                                                                                                                                           | potrafi dokonać analizy otoczenia marki, ze szczególnym uwzględnieniem otoczenia kulturowego, konkurencyjnego i konsumenckiego                                                                                      | K_U01;<br>K_U02;<br>K_U03;<br>K_U04;<br>K_U05;                 |

|                              |                                                                                                                                                                                           |                                                |
|------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------|
|                              |                                                                                                                                                                                           | K_U07;                                         |
| S1_U03                       | potrafi zdefiniować strategiczne cele marki, a także zaplanować taktyki i operacje komunikacyjne, które będą je realizować                                                                | K_U02;<br>K_U03;<br>K_U04;<br>K_U07;           |
| S1_U04                       | potrafi opracować skuteczne działania komunikacyjne marki w różnych punktach styku z odbiorcami oraz zintegrować je z innymi taktycznymi i operacyjnymi działaniami komunikacyjnymi marki | K_U01;<br>K_U02;<br>K_U03;<br>K_U04;<br>K_U07; |
| S1_U05                       | potrafi zaprojektować i przeprowadzić badania ilościowe i jakościowe, szczególnie nastawione na analizę marek i różnorodnych form ich komunikowania                                       | K_U01;<br>K_U02;<br>K_U03;<br>K_U04;<br>K_U07; |
| S1_U06                       | potrafi myśleć krytycznie i argumentować swoje stanowisko w sprawach związanych z obecnością marki w przestrzeni medialnej                                                                | K_U06;                                         |
| S1_U07                       | potrafi współdziałać z innymi osobami w ramach prac zespołowych                                                                                                                           | K_U11;                                         |
| S1_U08                       | jest w stanie interpretować trendy rynkowe związane z sektorami kreatywnymi                                                                                                               | K_U10;                                         |
| <b>KOMPETENCJE SPOŁECZNE</b> |                                                                                                                                                                                           |                                                |
| S1_K01                       | ma świadomość społecznych skutków działalności w sferze kreowania wizerunku i promocji marek, rozumie wpływ tworzenia kampanii promocyjnych na społeczeństwo                              | K_K02;<br>K_K07;                               |
| S1_K02                       | jest gotów myśleć i działać w sposób kreatywny i przedsiębiorczy, zwłaszcza w sektorze usług brandingowych                                                                                | K_K03;<br>K_K04;                               |
| S1_K03                       | jest gotów do przestrzegania zasad etyki zawodowej obowiązującej w zawodach kreatywnych związanych z kreowaniem wizerunku marki                                                           | K_K06;<br>K_K07;                               |

**Pokrycie efektów uczenia się określonych w charakterystykach drugiego stopnia Polskiej Ramy Kwalifikacji przez efekty kierunkowe i specjalnościowe**

| <b>Kierunek studiów: komunikacja wizerunkowa</b><br><b>Poziom kształcenia: studia I stopnia</b><br><b>Profil kształcenia: ogólnoakademicki</b> |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                                                                                                                                                                                                      |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Kod składnika opisu Polskiej Ramy Kwalifikacji                                                                                                 | Efekty uczenia się określone w charakterystykach drugiego stopnia Polskiej Ramy Kwalifikacji                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | Odniesienie do efektów uczenia się dla kierunku komunikacja wizerunkowa oraz dla specjalności branding oraz communication design                                                                     |
| <b>WIEDZA</b>                                                                                                                                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                                                                                                                                                                                                      |
| P6S_WG                                                                                                                                         | <ul style="list-style-type: none"> <li>Zna i rozumie 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 kształcenia</li> </ul> | K_W01<br>K_W02<br>K_W03<br>K_W04<br>K_W05<br>K_W06<br>K_W09<br>K_W10<br>K_W11<br>K_W12<br>S1_W01<br>S1_W02<br>S1_W03<br>S1_W05<br>S1_W06<br>S2_W01<br>S2_W02<br>S2_W03<br>S2_W04<br>S2_W05<br>S2_W06 |

|                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                                                                                                                                                       |
|---------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                                                                                                                                                       |
| P6S_WK              | <ul style="list-style-type: none"> <li>Zna i rozumie fundamentalne dylematy współczesnej cywilizacji; podstawowe ekonomiczne, prawne i inne uwarunkowania różnych rodzajów działań związanych z nadaną kwalifikacją, w tym podstawowe pojęcia i zasady z zakresu ochrony własności przemysłowej i prawa autorskiego</li> </ul>                                                                                                                                                                                                   | K_W05<br>K_W07<br>K_W08<br>K_W10<br>K_W12<br>K_W13<br>S1_W04<br>S2_W04                                                                                |
| <b>UMIEJĘTNOŚCI</b> |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                                                                                                                                                       |
| P6S_UW              | <ul style="list-style-type: none"> <li>Potrafi wykorzystywać posiadaną wiedzę – formułować i rozwiązywać złożone i nietypowe problemy oraz wykonywać zadania w warunkach nie w pełni przewidywalnych przez: <ul style="list-style-type: none"> <li>właściwy dobór źródeł oraz informacji z nich pochodzących, dokonywanie oceny, krytycznej analizy i syntezy tych informacji</li> <li>dobór oraz stosowanie właściwych metod i narzędzi, w tym zaawansowanych technik informacyjno-komunikacyjnych (ICT)</li> </ul> </li> </ul> | K_U01<br>K_U02<br>K_U03<br>K_U04<br>K_U05<br>K_U08<br>K_U09<br>S1_U01<br>S1_U02<br>S1_U03<br>S1_U04<br>S1_U05<br>S2_U01<br>S2_U02<br>S2_U03<br>S2_U05 |
| P6S_UK              | <ul style="list-style-type: none"> <li>Potrafi komunikować się 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</li> </ul>                                                                                                                                                                                                              | K_U06<br>K_U07<br>K_U08<br>K_U09<br>K_U12<br>S1_U06                                                                                                   |

|                              |                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                                             |
|------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------|
|                              |                                                                                                                                                                                                                                                                                    | S2_U06                                      |
| P6S_UO                       | <ul style="list-style-type: none"> <li>Potrafi planować i organizować pracę – indywidualną oraz w zespole</li> </ul>                                                                                                                                                               | K_U10<br>S1_U07<br>S2_U04                   |
| P6S_UU                       | <ul style="list-style-type: none"> <li>Potrafi samodzielnie planować i realizować własne uczenie się przez całe życie</li> </ul>                                                                                                                                                   | K_U11<br>S1_U08<br>S2_U07                   |
| <b>KOMPETENCJE SPOŁECZNE</b> |                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                                             |
| P6S_KK                       | <ul style="list-style-type: none"> <li>Jest gotów do krytycznej oceny posiadanej wiedzy; uznawania znaczenia wiedzy w rozwiązywaniu problemów poznawczych i praktycznych</li> </ul>                                                                                                | K_U01<br>S1_K01<br>S2_K01                   |
| P6S_KO                       | <ul style="list-style-type: none"> <li>Jest gotów do wypełniania zobowiązań społecznych, współorganizowania działalności na rzecz środowiska społecznego; inicjowania działania na rzecz interesu publicznego; myślenia i działania w sposób przedsiębiorczy</li> </ul>            | K_K04<br>K_K05<br>K_K07<br>S1_K02<br>S2_K02 |
| P6S_KR                       | <ul style="list-style-type: none"> <li>Jest gotów do odpowiedzialnego pełnienia ról zawodowych, w tym: <ul style="list-style-type: none"> <li>przestrzegania zasad etyki zawodowej i wymagania tego od innych</li> <li>dbałości o dorobek i tradycje zawodu</li> </ul> </li> </ul> | K_K07<br>S1_K03<br>S2_K03                   |

Objaśnienie symboli:

P6S\_WG/P7S \_WG – kod składnika opisu kwalifikacji dla poziomu 6 i 7 w charakterystykach drugiego stopnia Polskiej Ramy Kwalifikacji

K (przed podkreśleniem) - kierunkowe efekty uczenia się

K\_W – kierunkowe efekty uczenia się w zakresie wiedzy

K\_U – kierunkowe efekty uczenia się w zakresie umiejętności

K\_K – kierunkowe efekty uczenia się w zakresie kompetencji społecznych

01, 02, 03 i kolejne - kolejny numer kierunkowego efektu uczenia się