

**PROGRAM STUDIÓW: KOMUNIKACJA WIZERUNKOWA,
STUDIA II STOPNIA NIESTACJONARNE**

SPECJALNOŚĆ: COMMUNICATION DESIGN

I ROK

1 semestr

Lp.	Nazwa przedmiotu	O/F	Forma zajęć	Liczba godzin	ECTS	Forma zaliczenia
1.	Osobowość medialna marki	O	Ćwiczenia	18	4	Z/o
2.	Badanie komunikacji	O	Ćwiczenia	18	4	Z/o
3.	Ekonomia i rynek	O	Wykład	15	3	E
4.	Sektory kreatywne a prawo	O	Wykład	15	3	E
5.	Teoria i praktyka projektowania komunikacji	O	Ćwiczenia	18	4	Z/o
6.	Projektowanie graficzne dla branży kreatywnej	O	Warsztat	18	4	Z/o
7.	Diagnostyka trendów w komunikacji	O	Konwersatorium	18	4	Z/o
8.	Język obcy	O	Lektorat	20	0	Z
9.	BHP (e-learning)	O	Wykład	4	0	Z
Razem				144	26	-----

* 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.

2 semestr

Lp.	Nazwa przedmiotu	O/F	Forma zajęć	Liczba godzin	ECTS	Forma zaliczenia
1.	Komunikacja interkulturowa	O	Ćwiczenia	18	4	Z/o
2.	Filozofia współczesna	O	Ćwiczenia	18	5	Z/o
3.	<i>Design thinking</i>	O	ćwiczenia	18	2	Z/o
4.	<i>Information research</i>	O	Ćwiczenia	18	2	Z/o
5.	<i>Projektowanie komunikacji w produktach cyfrowych</i>	O	Ćwiczenia	18	3	Z/o
6.	<i>Transformation design w komunikacji</i>	O	Ćwiczenia	15	2	Z/o
7.	<i>Planowanie strategiczne komunikacji</i>	O	Warsztat	18	2	Z/o
8.	<i>Paradygmaty komunikowania</i>	F	Wykład	18	3	E
9.	Seminarium magisterskie	O	Seminarium	18	7	Z/o
10.	Język obcy	O	Lektorat	20	4	E
Razem				179	34	-----

II ROK STUDIÓW

3 semestr

Lp.	Nazwa przedmiotu	O/F	Forma zajęć	Liczba godzin	Punkty ECTS	Forma zaliczenia
1.	Semiotyka mediów społecznościowych	O	Wykład	18	4	E
2.	Projekt specjalnościowy	O	Warsztat	15	2	Z/o
3.	<i>Information design</i>	O	Warsztat	18	4	Z/o
4.	<i>Projektowanie graficzne – techniki zaawansowane</i>	O	Warsztat	18	4	Z/o
5.	<i>Komunikacja popkulturowa</i>	O	Ćwiczenia	18	4	Z/o
6.	<i>Seminarium magisterskie</i>	O	Seminarium	18	7	Z/o
7.	<i>UX writing</i>	O	Ćwiczenia	18	2	Z/o
8.	<i>Przedmiot opcyjny I</i>	F	Ćwiczenia	18	3	Z/o
	<i>Kampanie reklamowe</i>					
	<i>Interaktywna wizualna analiza danych</i>					
Razem				141	30	-----

4 semestr

Lp.	Nazwa przedmiotu	O/F	Forma zajęć	Liczba godzin	Punkty ECTS	Forma zaliczenia
1.	Projekt specjalnościowy	O	Warsztat	15	3	Z/o
2.	<i>Fotografia wizerunkowa</i>	O	Warsztat	18	4	Z/o
3.	<i>Storytelling</i>	O	Warsztat	18	4	Z/o
4.	<i>Seminarium magisterskie</i>	O	Seminarium	18	12	Z/o
5.	<i>Content design – teoria i praktyka</i>	O	Ćwiczenia	18	4	Z/o
6.	<i>Przedmiot opcyjny II</i>	F	Ćwiczenia	18	3	Z/o
	<i>Proksemika i systemy orientacyjne w projektowaniu</i>					
Razem				105	30	-----

¹ O – obowiązkowy/ F – fakultatywny

² E – egzamin / Z/o – zaliczenie z oceną / Z - zaliczenie

³ 81 (67% wszystkich) punktów ECTS realizowanych w ramach przedmiotów z wolnego wyboru (przedmioty specjalnościowe, język obcy, seminarium magisterskie, projekt specjalnościowy)

⁴ Kursywą zaznaczone zostały przedmioty specjalnościowe

⁵ Liczba punktów ECTS w ramach zajęć z dziedziny nauk humanistycznych: 5 (Filozofia współczesna – 5 ECTS)

⁶ Łączna liczba godzin: 569

Wskaźniki ECST	
Liczba punktów ECTS niezbędna do uzyskania kwalifikacji	120
Łączna liczba punktów ECTS, które student musi uzyskać na zajęciach wymagających bezpośredniego udziału nauczycieli akademickich	120
Liczba punktów ECTS, którą student musi uzyskać w ramach zajęć z dziedziny nauk humanistycznych	5 (Filozofia współczesna – 5 ECTS)
Liczba punktów ECTS, którą student musi uzyskać w ramach zajęć z języka obcego	4+ 8 (w przypadku studentów cudzoziemców mających obowiązek realizacji kursu języka polskiego)
Liczba punktów ECTS, którą student musi uzyskać realizując moduły na zajęciach ogólnouczeniowych (lektoraty, moduły związane z przygotowaniem do zawodu nauczyciela)	4+ 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 Kierunek studiów: komunikacja wizerunkowa Dyscyplina naukowa: nauki o komunikacji społecznej i mediach (100%) Poziom kształcenia: studia II stopnia Poziom kwalifikacji: 7 PRK Profil kształcenia: ogólnoakademicki Tytuł nadawany absolwentom: magister		
Kod efektu uczenia się dla kierunku studiów	Efekty uczenia się dla kierunku studiów Po ukończeniu studiów drugiego 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
WIEDZA		
K_W01	ma pogłębioną wiedzę o miejscu i znaczeniu nauk o komunikacji społecznej i mediach w systemie nauk, rozumie tendencje rozwojowe dyscypliny oraz jej relacje do innych dyscyplin naukowych, a także ma pogłębioną wiedzę na temat teoretycznych aspektów profesjonalnego komunikowania w sferze publicznej, zwłaszcza komunikacji wizualnej, projektowania komunikacji i komunikowania wizerunku	P7S_WG
K_W02	zna na poziomie pogłębionym terminologię nauk o komunikacji społecznej i mediach, a także zna i rozumie w pogłębionym stopniu wybrane fakty, obiekty i zjawiska oraz dotyczące ich teorie naukowe właściwe dla dyscypliny nauki o komunikacji społecznej i mediach, zwłaszcza z zakresu komunikacji wizualnej, projektowania komunikacji i komunikowania wizerunku	P7S_WG
K_W03	zna i rozumie w pogłębionym stopniu kluczowe zagadnienia podbudowane uporządkowaną wiedzą teoretyczną oraz wybrane zagadnienia z zakresu wiedzy szczegółowej związane z wiedzą o mediach i komunikacji społecznej, zwłaszcza z zakresu komunikacji wizualnej, projektowania komunikacji i komunikowania wizerunku	P7S_WG
K_W04	ma pogłębioną, prowadzącą do specjalizacji, wiedzę szczegółową w zakresie wybranej tematyki dotyczącej nauk o komunikacji społecznej i mediach	P7S_WG

K_W05	zna w sposób pogłębiony wybrane metody i narzędzia opisu, analizy, interpretacji i wartościowania odpowiednie dla nauk o komunikacji społecznej i mediach, zwłaszcza komunikacji wizualnej oraz projektowania komunikacji i komunikowania wizerunku, a także techniki pozyskiwania danych, pozwalające opisywać struktury i instytucje społeczne oraz procesy w nich i między nimi zachodzące w zakresie wybranych obszarów przemysłów kreatywnych, mediów, komunikacji wizualnej i komunikowania wizerunku	P7S_WG
K_W06	zna i rozumie ekonomiczne, prawne, etyczne uwarunkowania różnych rodzajów działalności zawodowej w sektorze mediów, a także wybranych obszarach przemysłów kreatywnych, zwłaszcza związanych z komunikacją wizualną, projektowaniem komunikacji i komunikowaniem wizerunku, a także zna i rozumie pojęcia, regulacje i zasady z zakresu ochrony własności intelektualnej i prawa autorskiego oraz identyfikuje prawne uwarunkowania działalności w sektorze mediów, a także wybranych obszarach przemysłów kreatywnych, zwłaszcza związanych z komunikacją wizualną, projektowaniem komunikacji i komunikowaniem wizerunku	P7S_WK
K_W07	zna i rozumie dylematy współczesnej cywilizacji, a także wybrane aspekty współczesnej kultury oraz zasady i możliwości aktywnego uczestnictwa w życiu kulturalnym	P7S_WK
K_W08	zna metody i zasady tworzenia i rozwoju różnych form przedsiębiorczości	P7S_WK
UMIEJĘTNOŚCI		
K_U01	potrafi zbudować, zarówno ustnie, jak i na piśmie, spójny wywód o charakterze argumentacyjnym, odwołując się do własnych i cudzych poglądów, pozwalający na komunikowanie się na specjalistyczne tematy z zakresu nauk o komunikacji społecznej mediach ze zróżnicowanymi kręgami odbiorców	P7S_UW P7S_UK
K_U02	potrafi zbudować obszerną wypowiedź pisemną o charakterze naukowym, zwłaszcza z zakresu wiedzy o komunikacji wizualnej, projektowaniu komunikacji i komunikowaniu wizerunku	P7S_UW P7S_UK
K_U03	posiada pogłębione umiejętności badawcze, obejmujące analizę prac innych autorów, syntezę różnych idei i poglądów, dobór metod i konstruowanie narzędzi badawczych,	P7S_UW P7S_UK

	opracowanie i prezentację wyników, zakładające stosowanie zaawansowanych technik informacyjnych, pozwalające na oryginalne rozwiązywanie złożonych problemów w zakresie nauk o komunikacji społecznej i mediach, a także pogłębione umiejętności rozwiązywania zadań praktycznych związanych z komunikacją wizualną, projektowaniem komunikacji i komunikowaniem wizerunku	
K_U04	potrafi porozumiewać się w kwestiach szczegółowych ze zróżnicowanymi kręgami odbiorców, w tym ze specjalistami w zakresie nauk o komunikacji społecznej i mediach, a także przedstawicielami przemysłów kreatywnych, zwłaszcza związanych z komunikacją wizualną, projektowaniem komunikacji i komunikowaniem wizerunku	P7S_UK
K_U05	potrafi wyszukiwać, analizować, oceniać, selekcjonować i integrować informacje z różnych źródeł oraz formułować na tej podstawie krytyczne sądy, potrafi także zdobyć wiedzę z różnych dyscyplin społecznych i humanistycznych i stosować ją w nowych sytuacjach	P7S_UW
K_U06	potrafi samodzielnie pogłębiać uzyskaną wiedzę, a także potrafi celowo i skutecznie zastosować w sytuacjach zawodowych zdobyte umiejętności, ponadto potrafi efektywnie dostosować i modyfikować wiedzę i umiejętności do potrzeb zawodowych (analizować problemy oraz rozwiązywać zadania o charakterze praktycznym z zakresu wiedzy o mediach i komunikacji społecznej, a także mogących wystąpić przy realizacji zadań charakterystycznych zawodów związanych z komunikacją wizualną, projektowaniem komunikacji i komunikowaniem wizerunku	P7S_UU
K_U07	potrafi posługiwać się ważnymi dla nauk o komunikacji społecznej i mediach paradygmatami, koncepcjami teoretycznymi i pojęciami oraz zastosować je dla działań poznawczych oraz w różnych sytuacjach profesjonalnych mogących wystąpić przy wykonywaniu zawodów związanych z komunikacją wizualną, projektowaniem komunikacji i komunikowaniem wizerunku	P7S_UW
K_U08	potrafi zorganizować pracę zespołu, współdziałać w nim i sprawnie nim kierować	P7S_UO
K_U09	potrafi planować i realizować proces permanentnego uczenia i doskonalenia się;	P7S_UU

	potrafi inspirować i organizować proces uczenia się innych osób	
K_U10	potrafi gospodarować czasem i realizować w wyznaczonych terminach, samodzielnie lub w zespole, określone zadania, ponadto potrafi dokonać wyboru optymalnego rozwiązania i skutecznie przekonać do swoich racji, a także jest odpowiedzialny za wyniki uzyskane w pracy zespołowej	P7S_UO P7S_UU
K_U11	potrafi przeprowadzić krytyczną analizę i interpretację różnych tekstów i wytworów kultury materialnej stosując oryginalne podejścia, uwzględniające aktualne osiągnięcia nauk społecznych, w celu określenia ich znaczeń, oddziaływania społecznego, miejsca w procesie historyczno-kulturowym, ponadto potrafi dokonywać krytycznej analizy sposobu funkcjonowania rozwiązań technicznych charakterystycznych dla profesji kreatywnych, zwłaszcza związanych z komunikacją wizualną, projektowaniem komunikacji i komunikowaniem wizerunku	P7S_UW P7S_UK
K_U12	potrafi komunikować się w języku nowożytnym obcym na poziomie zgodnym z wymaganiami określonymi dla poziomu B2+ Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego	P7S_UK
KOMPETENCJE SPOŁECZNE		
K_K01	jest gotów do krytycznej oceny posiadanej wiedzy i odbieranych treści, ponadto uznaje znaczenie wiedzy w rozwiązywaniu problemów poznawczych i praktycznych z obszaru komunikacji społecznej i mediów, a także jest gotów do zasięgania opinii ekspertów w przypadku trudności z samodzielnym rozwiązaniem problemu	P7S_KK
K_K02	rozumie zasady pluralizmu kulturowego, a także jest gotów w praktyce stosować wiedzę o mechanizmach komunikacji interkulturowej	P7S_KO
K_K03	ma świadomość znaczenia zasad etyki zawodowej profesji związanych z komunikacją wizualną, projektowaniem komunikacji oraz komunikowaniem wizerunku, a także uczciwości intelektualnej w działaniach własnych i innych osób; jest gotów postępować zgodnie z tymi zasadami i je rozwijać	P7S_KR P7S_KO
K_K04	jest gotów do świadomego przyjęcia znaczenia	P7S_KO

	wiedzy o komunikacji społecznej i mediach, a także wypełniania zobowiązań społecznych, inspirowania i organizowania działalności na rzecz środowiska społecznego i interesu publicznego	
K_K05	jest gotów do świadomego przyjęcia współodpowiedzialności za zachowanie dziedzictwa kulturowego regionu, kraju, Europy oraz uczestniczenia w różnorodnych akcjach podejmowanych w tym obszarze	P7S_KO
K_K06	jest gotów do myślenia i działania w sposób przedsiębiorczy, do współpracy i współdziałania, negocjacji, posługiwania się metodami i narzędziami zarządzania własną ścieżką kariery zawodowej	P7S_KO
K_K07	jest gotów do odpowiedzialnego i etycznego pełnienia ról zawodowych związanych z branżą kreatywną, zwłaszcza profesjami specjalizującymi się w komunikacji wizualnej, projektowaniu komunikacji komunikowaniu wizerunku, z uwzględnieniem zmieniających się potrzeb społecznych, w tym rozwijania dorobku zawodów medialnych i okołomedialnych oraz podtrzymywania ich etosu	P7S_KR

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
COMMUNICATION DESIGN Z ODNIESIENIEM DO EFEKTÓW UCZENIA SIĘ
ZDEFINIOWANYCH DLA KIERUNKU STUDIÓW**

Wydział: Filologiczny Kierunek studiów: komunikacja wizerunkowa Specjalność: communication design Dyscyplina naukowa: nauki o komunikacji społecznej i mediach (100%) Poziom kształcenia: studia II stopnia Poziom kwalifikacji: 7 Profil kształcenia: ogólnoakademicki		
Kod efektu uczenia się dla specjalności	Efekty uczenia się dla specjalności Po ukończeniu studiów drugiego stopnia na kierunku komunikacja wizerunkowa, specjalności communication design absolwent uzyska efekty uczenia się w zakresie:	Symbol efektów uczenia się zdefiniowanych dla kierunku studiów
WIEDZA		
S2_W01	ma pogłębioną wiedzę o tym jakie są perspektywy opisu projektowania komunikacji w kontekście teoretycznych paradygmatów obowiązujących w naukach o komunikacji społecznej i mediach	K_W01; K_W02; K_W03; K_W04; K_W05;
S2_W02	ma pogłębioną wiedzę na temat historycznych i współczesnych trendów w projektowaniu i podstaw estetyki	K_W01; K_W02; K_W03; K_W04; K_W05;
S2_W03	rozumie w pogłębionym stopniu historyczne uwarunkowania i współczesne tendencje w komunikacji wizualnej ze szczególnym uwzględnieniem grafiki użytkowej, typografii, fotografii i filmu; rozumie także ich wpływ na współczesną kulturę i społeczeństwo	K_W01; K_W02; K_W03; K_W04; K_W05;
S2_W04	zna w stopniu pogłębionym zasady i teorie leżące u podstaw organizacji pracy zespołowej i pracy projektowej	K_W06;
S2_W05	ma pogłębioną wiedzę na temat badania, projektowania i planowania komunikacji	K_W01; K_W02; K_W03; K_W04; K_W05;
UMIEJĘTNOŚCI		
S2_U01	potrafi wykorzystać wiedzę z teorii komunikacji i metodologii badań do przygotowania i realizacji własnych badań i analizy różnych form komunikacji	K_U03; K_U04; K_U05; K_U07;
S2_U02	potrafi zaprojektować i zaplanować komunikację dla firm, instytucji i marek	K_U03; K_U04; K_U05; K_U06; K_U07;

S2_U03	potrafi kierować pracą zespołu	K_U08; K_U10;
S2_U04	potrafi zaprojektować i przeprowadzić rozbudowane badania ilościowe i jakościowe, szczególnie nastawione na analizę procesów komunikacyjnych	K_U03; K_U04; K_U05; K_U06; K_U07; K_U11;
S2_U05	potrafi komunikować się z badaczami komunikacji oraz ze specjalistami różnych zawodów z sektorów kreatywnych	K_U08; K_U10;
S2_U06	jest w stanie interpretować trendy rynkowe związane z sektorami kreatywnymi, a także rozwijać swoje kompetencje związane z realizacją różnych zawodów z sektorów kreatywnych	K_U09; K_U11;
KOMPETENCJE SPOŁECZNE		
S2_K01	jest gotów do uznania wiedzy na temat projektowania komunikacji w rozwiązywaniu problemów poznawczych i praktycznych	K_K02; K_K04;
S2_K02	ma świadomość społecznych skutków działalności w sferze projektowania komunikacji, rozumie wpływ komunikatów, zwłaszcza publicznych, na społeczeństwo	K_K01; K_K06;
S2_K03	jest gotów do przestrzegania zasad etyki zawodowej obowiązującej w zawodach kreatywnych związanych z projektowaniem komunikacji	K_K03; K_K05; K_K07

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

Kierunek studiów: komunikacja wizerunkowa Poziom kształcenia: studia II stopnia Profil kształcenia: ogólnoakademicki		
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 i realizowanych specjalności (branding oraz communication design)
WIEDZA		
P7S_WG	- Zna i rozumie w pogłębionym stopniu – wybrane fakty, obiekty i zjawiska oraz dotyczące ich metody i teorie wyjaśniające złożone zależności między nimi, stanowiące: • zaawansowaną wiedzę ogólną z zakresu dyscyplin naukowych lub artystycznych tworzących podstawy teoretyczne • uporządkowaną i podbudowaną teoretycznie wiedzę obejmującą kluczowe zagadnienia • wybrane zagadnienia z zakresu zaawansowanej wiedzy szczegółowej właściwe dla programu kształcenia	K_W01 K_W02 K_W03 K_W04 K_W05 S1_W01 S1_W02 S1_W03 S1_W05 S2_W01 S2_W02 S2_W03 S2_W04 S2_W05

P7S_WK	Zna i rozumie fundamentalne dylematy współczesnej cywilizacji; ekonomiczne, prawne i inne uwarunkowania różnych rodzajów działań związanych z nadaną kwalifikacją, w tym zasady ochrony własności przemysłowej i prawa autorskiego	K_W06 K_W07 K_W08 S1_W04 S2_W03
UMIEJĘTNOŚCI		
P7S_UW	- Potrafi wykorzystywać posiadaną wiedzę – formułować i rozwiązywać złożone i nietypowe problemy i innowacyjnie wykonywać zadania w nieprzewidywalnych warunkach przez: - właściwy dobór źródeł oraz informacji z nich pochodzących, dokonywanie oceny, krytycznej analizy, syntezy oraz twórczej interpretacji i prezentacji tych informacji - dobór oraz stosowanie właściwych metod i narzędzi, w tym zaawansowanych technik informacyjno-komunikacyjnych (ICT)	K_U01 K_U02 K_U03 K_U05 K_U07 K_U11 S1_U01 S1_U02 S1_U03 S2_U01 S2_U02 S3_U04
P7S_UU	Potrafi samodzielnie planować własne uczenie się przez całe życie i ukierunkowywać innych w tym zakresie	K_U06 K_U09 K_U10 S1_U06 S2_U06
P7S_UK	Potrafi komunikować się na tematy specjalistyczne ze zróżnicowanymi kręgami odbiorców; prowadzić debatę; posługiwać się językiem obcym na poziomie B2+ Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego oraz w wyższym stopniu w zakresie specjalistycznej terminologii	K_U01 K_U02 K_U03 K_U04 K_U11

		K_U12 S1_U04 S2_U05
P7S_UO	Potrafi kierować pracą zespołu	K_U08 K_U10 S1_U05 S2_U03
KOMPETENCJE SPOŁECZNE		
P7S_KK	Jest gotów do krytycznej oceny odbieranych treści; uznawania znaczenia wiedzy w rozwiązywaniu problemów poznawczych i praktycznych	K_K01 S1_K02 S2_K01
P7S_KO	Jest gotów do wypełniania zobowiązań społecznych, inspirowania i organizowania działalności na rzecz środowiska społecznego; inicjowania działania na rzecz interesu publicznego; myślenia i działania w sposób przedsiębiorczy	K_K02 K_K03 K_K04 K_K05 K_K06 S1_K01 S2_K02
P6S_KR	- Jest gotów do odpowiedzialnego pełnienia ról zawodowych z uwzględnieniem zmieniających się potrzeb społecznych, w tym: - rozwijania dorobku zawodu - podtrzymywania etosu zawodu - przestrzegania i rozwijania zasad etyki zawodowej - oraz działania na rzecz przestrzegania tych zasad	K_K03 K_K07 S1_K03 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