

OGÓLNY OPIS PROGRAMU STUDIÓW

Dane podstawowe	
Nazwa wydziału	Wydział Filologiczny
Nazwa kierunku studiów w języku polskim	Komunikacja wizerunkowa
Nazwa kierunku studiów w języku angielskim	Image communication
Poziom studiów	Studia I stopnia
Profil kształcenia	Ogólnoakademicki
Forma studiów	Niestacjonarne
Liczba semestrów	6
Język, w którym prowadzone są studia	Język polski
Tytuł zawodowy nadawany absolwentom	Licencjat
Rok akademicki, od którego obowiązuje program studiów	2024/2025
Koncepcja kształcenia	
Cele kształcenia, wskazanie związku koncepcji kierunku studiów ze Strategią Rozwoju UWr	Koncepcja kształcenia na kierunku Projektowanie mediów jest ściśle powiązana z misją i głównymi celami strategicznymi UWr, zatwierdzonymi Uchwałą Senatu nr 34/2020, opisującą strategię rozwoju UWr. Jej fundamentem jest poszukiwanie prawdy i wiedzy, przekazywanie tych wartości młodemu pokoleniu oraz ciągły rozwój i podnoszenie jakości kształcenia w oparciu o wysoki poziom badań naukowych oraz rozwój kadry naukowej i dydaktycznej. Koncepcja kształcenia opiera się również na współpracy z otoczeniem społeczno-gospodarczym mającym realny wpływ na proces nauczania. Jego celem jest nie tylko merytoryczne przygotowanie do podjęcia pracy, ale także przygotowanie do funkcjonowania i aktywności w społeczeństwie poprzez wyznaczanie wysokich standardów, w tym także etycznych.
Sylwetka absolwenta	Absolwent kierunku Komunikacja wizerunkowa, niezależnie od wyboru specjalności, posiada wiedzę oraz umiejętności pozwalające na podjęcie pracy w jednostkach naukowych zajmujących się badaniem różnych aspektów komunikacji. Jest także przygotowany do pełnienia roli specjalisty w firmach, organizacjach i działach firm i organizacji zajmujących się

	kształtowaniem wizerunku i kreowaniem marki. Dwie specjalności oferowane w ramach kierunku, czyli Branding oraz Communication Design, sprofilowane są na dostarczaniu odmiennej wiedzy oraz na kształceniu i doskonaleniu odmiennych umiejętności. Pierwsza z nich przygotowuje przede wszystkim do realizowania roli badacza marek i ich wpływu na społeczną rzeczywistość. Jej absolwent zostaje wyposażony w kompetencje: (1) diagnostyczne, pozwalające na efektywne badanie wizerunku marek osób, firm, organizacji czy usług, a także różnorodnych procesów komunikacyjnych zachodzących między markami i społeczeństwem, (2) strategiczne, pozwalające na nadawanie kierunku zmianom w zakresie społecznego i rynkowego funkcjonowania marek, (3) kreatywne, pozwalające na realizację różnorodnych projektów (słownych, graficznych, wizerunkowych) w sposób oryginalny i efektywny. Absolwenci tej specjalności są przygotowani do realizacji studiów II stopnia, zwłaszcza związanych z nauką o komunikacji społecznej i mediach, a także m.in. w agencjach brandingowych, działach marketingu, komunikacji wewnętrznej i zewnętrznej wszelkich organizacji, a także w firmach specjalizujących się w realizacji badań marketingowych. Druga ze specjalności, Communication Design, posiada w programie przedmioty dostarczające wiedzę teoretyczną, badawczą i projektową, zawierającą metody i narzędzia służące obserwowaniu, badaniu i projektowaniu różnorodnych procesów komunikacyjnych. Absolwenci tej specjalności mogą znaleźć zatrudnienie zarówno w jednostkach badawczych specjalizujących się w badaniu komunikacji, ale także w firmach zajmujących się projektowaniem komunikacji wewnątrz instytucji i organizacji różnego typu, agencjach reklamowych, a także agencjach badawczych.
Wskazanie potrzeb społeczno-gospodarczych prowadzenia studiów.	Kierunek komunikacja wizerunkowa jest odpowiedzią na potrzeby współczesnych społeczeństw i gospodarek, w których rzetelna informacja staje się kluczowym kapitałem. Absolwenci kierunku przygotowani są do pełnienia roli badacza różnorodnych mechanizmów komunikacyjnych, a także są przygotowani do pełnienia roli specjalisty odpowiedzialnego za projektowanie komunikacji, zwłaszcza tworzenie komunikatów wizerunkowych. Absolwent zgodnie z zaplanowanymi efektami uczenia się w trakcie studiów pozyskuje specjalistyczną i pogłębioną wiedzę z zakresu nauk o komunikacji społecznej i mediach, umiejętności badawcze służące analizie zjawisk komunikacyjnych, w tym manipulacji i dezinformacji.
Dziedzina nauki, do której odnoszą się efekty uczenia się	Dziedzina nauk społecznych
Dyscyplina naukowa, do której odnoszą się efekty uczenia się	Nauki o komunikacji społecznej i mediach

PROGRAM STUDIÓW

Nazwa wydziału	Wydział Filologiczny
Nazwa kierunku studiów	Komunikacja wizerunkowa
Poziom studiów	Studia I stopnia
Profil kształcenia	Ogólnoakademicki
Program obowiązuje od roku akademickiego	2024/2025

1. Przyporządkowanie kierunku studiów do dziedzin nauki i dyscyplin naukowych na podstawie efektów uczenia się.

Dziedzina nauki	Dyscyplina naukowa
Dziedzina nauk społecznych	Nauki o komunikacji społecznej i mediach

2. Tabela procentowego udziału liczby punktów ECTS dla poszczególnych dyscyplin w łącznej liczbie punktów ECTS wymaganej do ukończenia studiów.

Dziedzina nauki	Dyscyplina naukowa	Procentowy udział liczby punktów ECTS dla poszczególnych dyscyplin w łącznej liczbie punktów ECTS wymaganej do ukończenia studiów
Dziedzina nauk społecznych	Nauki o komunikacji społecznej i mediach	100%

3. Informacje ogólne o programie studiów.

Liczba semestrów	6
Liczba punktów ECTS wymagana do ukończenia studiów	180
Tytuł zawodowy nadawany absolwentom	licencjat
Forma studiów	studia niestacjonarne
Kod ISCED	0388
Liczba punktów ECTS w ramach zajęć do wyboru	104
Łączna liczba punktów ECTS, jaką student musi uzyskać w ramach zajęć prowadzonych z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich lub innych osób prowadzących zajęcia	180
Liczba punktów ECTS w ramach zajęć z dziedziny nauk humanistycznych	5
Liczba punktów ECTS w ramach zajęć z lektoratu języka obcego nowożytnego	12
Liczba punktów ECTS w ramach zajęć z lektoratu języka polskiego dla cudzoziemców na studiach w języku polskim	8
Łączna liczba godzin zajęć w programie studiów	1126 (1246 dla cudzoziemców)

Plan studiów

Rok studiów: I

Semestr: pierwszy

LP.	Nazwa przedmiotu	O/W /Oz W*	Forma zajęć Liczba godzin zajęć						Sposób weryfikacji efektów w uczeniu a	Punkty ECTS	Dyscyplina do której odnosi się przedmiot	Jednostka organizacyjna realizująca zajęcia
			W	Ć	S	K	L	Suma				
1.	Teorie komunikacji	O	18					18	E	4	Nauki o komunikacji społecznej i mediach	IDIKS
2.	Teorie komunikacji	O		18				18	Z/O	3	Nauki o komunikacji społecznej i mediach	IDIKS
3.	Communication design	O		18				18	Z/O	3	Nauki o komunikacji społecznej i mediach	IDIKS
4.	Dyskursy mediów	O	18					18	E	4	Nauki o komunikacji społecznej i mediach	IDIKS
5.	Dyskursy mediów	O		18				18	Z/O	3	Nauki o komunikacji społecznej i mediach	IDIKS
6.	Filozofia	O	18					18	Z/O	3	Filozofia	IDIKS

7.	Prawo autorskie	O		18				18	Z/O	3	Nauki o komunikacji społecznej i mediach	IDiKS
8.	Branding	O		18				18	Z/O	3	Nauki o komunikacji społecznej i mediach	IDiKS
9.	Socjologia	O		18				18	Z/O	2	Nauki o komunikacji społecznej i mediach	IDiKS
10.	Psychologia społeczna	O	18					18	E	2	Nauki o komunikacji społecznej i mediach	IDiKS
11.	Język obcy	OzW					30	30	Z	0	Nauki o komunikacji społecznej i mediach	SPNJO
12.	Lektorat języka polskiego dla cudzoziemców*	O					30	30	Z/O	0		SJPiKdlaC
13.	BHP (e-learning)	O		4				4	Z	0		Dział BHP oraz Ochrony Ppoż.
	RAZEM:		72	112			30 (60)	214 (244)		30		

* 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: drugi

LP.	Nazwa przedmiotu	O/W /Oz W*	Forma zajęć Liczba godzin zajęć						Sposób weryfikacji efektów w uczeniu a	Punkty ECTS	Dyscyplina do której odnosi się przedmiot	Jednostka organizacyjna realizująca zajęcia
			W	Ć	S	K	L	Suma				
1.	Retoryka i erystyka	O		18				18	Z/O	2	Językoznawstwo	IDIKS
2.	Wprowadzenie do badań w naukach o komunikacji społecznej i mediach	O	15					15	E	3	Nauki o komunikacji społecznej i mediach	IDIKS
3.	Badania empiryczne	O		18				18	Z/O	4	Nauki o komunikacji społecznej i mediach	IDIKS
4.	Projektowanie graficzne	O		18				18	Z/O	2	Nauki o komunikacji społecznej i mediach	IDIKS
5.	Public relations	O		18				18	Z/O	3	Nauki o komunikacji społecznej i mediach	IDIKS
6.	Proces kreatywny	O		18				18	Z/O	3	Nauki o komunikacji społecznej i mediach	IDIKS
7.	Teksty użytkowe – teoria i praktyka	O		18				18	Z/O	3	Nauki o komunikacji	IDIKS

											społecznej i mediach	
8.	Komunikacja wizualna		18					18	E	4	Nauki o komunikacji społecznej i mediach	IDIKS
9.	Język obcy	OzW					30	30	Z	0		
10.	Lektorat języka polskiego dla cudzoziemców	O					30	30	Z/O	0		SJPiKdlaC
Specjalność Branding												
11.	Teamwork	OzW		18				18	Z/O	2	Nauki o komunikacji społecznej i mediach	IDIKS
12.	Analiza dyskursu	OzW		18				18	Z/O	2	Nauki o komunikacji społecznej i mediach	IDIKS
13.	Wprowadzenie do kultury popularnej	OzW	18					18	Z/O	2	Nauki o komunikacji społecznej i mediach	IDIKS
Specjalność Communication Design												
10.	Komunikacja w zespołach	OzW		18				18	Z/O	2	Nauki o komunikacji społecznej i mediach	IDIKS
11.	Historia design	OzW	18					18	E	2	Nauki o komunikacji społecznej i mediach	IDIKS
12.	Corporate identity	OzW		18				18	Z/O	2	Nauki o komunikacji społecznej i mediach	IDIKS

	RAZEM:		51	144			30 (60)	225 (255)		30		
--	--------	--	----	-----	--	--	------------	--------------	--	----	--	--

Rok: II

Semestr: trzeci

LP.	Nazwa przedmiotu	O/W /Oz W*	Forma zajęć Liczba godzin zajęć						Sposób weryfikacji	Punkty ECTS	Dyscyplina do której odnosi się przedmiot	Jednostka organizacyjna realizująca zajęcia
			W	Ć	S	K	L	Suma				
1.	Metody badań komunikacji	O		18				18	Z/O	4	Nauki o komunikacji społecznej i mediach	IDIKS**
2.	Project management	O		18				18	Z/O	3	Nauki o komunikacji społecznej i mediach	IDIKS
3.	Współczesne teorie komunikacji	O	18					18	E	3	Nauki o komunikacji społecznej i mediach	IDIKS
4.	Język obcy	OzW					30	30	Z	0	Nauki o komunikacji społecznej i mediach	SPNJO
5.	Lektorat języka polskiego dla cudzoziemców	O					30	30	Z/O	0		SJPiKdlaC
Specjalność Branding												
6.	Projektowanie informacji	OzW		18				18	Z/O	3	Nauki o komunikacji społecznej i mediach	IDIKS

7.	Kultura marki	OzW		18				18	Z/O	3	Nauki o komunikacji społecznej i mediach	IDIKS
8.	Diagnostyka marki	OzW		18				18	Z/O	3	Nauki o komunikacji społecznej i mediach	IDIKS
9.	Reklama jako forma komunikacji marki	OzW	18					18	E	3	Nauki o komunikacji społecznej i mediach	IDIKS
10.	Analiza semiotyczna	OzW		18				18	Z/O	4	Nauki o komunikacji społecznej i mediach	IDIKS
11.	Narzędzia komunikacji marki	OzW		18				18	Z/O	4	Nauki o komunikacji społecznej i mediach	IDIKS
Specjalność Communication Design												
5.	Typografia i skład	OzW		18				18	Z/O	3	Nauki o komunikacji społecznej i mediach	IDIKS
6.	Design współczesny	OzW	18					18	E	4	Nauki o komunikacji społecznej i mediach	IDIKS
7.	CD – doradztwo	OzW		18				15	Z/O	4	Nauki o komunikacji społecznej i mediach	IDIKS
8.	CD – planowanie strategiczne	OzW		18				30	Z/O	3	Nauki o komunikacji	IDIKS

											społecznej i mediach	
9.	CD – kreacja	OzW		18				30	Z/O	3	Nauki o komunikacji społecznej i mediach	IDIKS
10.	Rozmowy i testy kwalifikacyjne	OzW		18				30	Z/O	3	Nauki o komunikacji społecznej i mediach	IDIKS
	RAZEM		36	126			30 (60)	192 (222)		30		

Semestr: czwarty

LP.	Nazwa przedmiotu	O/W /Oz W*	Forma zajęć Liczba godzin zajęć						Sposób weryfikacji	Punkty ECTS	Dyscyplina do której odnosi się przedmiot	Jednostka organizacyjna realizująca zajęcia
			W	Ć	S	K	L	Suma				
1.	Estetyka	O	18					18	E	2	Nauki o komunikacji społecznej i mediach	IDIKS
2.	Style życia w komunikacji	O		18				18	Z/O	2	Nauki o komunikacji społecznej i mediach	IDIKS
3.	Język obcy	OzW					30	30	E	12	Nauki o komunikacji społecznej i mediach	SPNJO

4.	Lektorat języka polskiego dla cudzoziemców	O					30	30	E	8		SJPIKdlaC
Specjalność Branding												
5.	Systemy identyfikacji wizualnej	OzW		18				18	Z/O	2	Nauki o komunikacji społecznej i mediach	IDiKS
6.	Myślenie projektowe	OzW		18				18	Z/O	2	Nauki o komunikacji społecznej i mediach	IDiKS
7.	Badanie użytkowania mediów	OzW		18				18	Z/O	2	Nauki o komunikacji społecznej i mediach	IDiKS
8.	Stylistyka i kultura języka	OzW		18				18	Z/O	2	Nauki o komunikacji społecznej i mediach	IDiKS
9.	Strategia marki	OzW		18				18	Z/O	2	Nauki o komunikacji społecznej i mediach	IDiKS
10.	Projektowanie doświadczeń	OzW		18				18	Z/O	2	Nauki o komunikacji społecznej i mediach	IDiKS
11.	Teksty wizerunkowe	OzW		18				18	Z/O	2	Nauki o komunikacji społecznej i mediach	IDiKS
Specjalność Communication Design												
4.	User experience	OzW		18				18	Z/O	2	Nauki o komunikacji społecznej i mediach	IDiKS

5.	Badania terenowe	OzW		18				18	Z/O	2	Nauki o komunikacji społecznej i mediach	IDiKS
6.	Corporate design	OzW		18				18	Z/O	2	Nauki o komunikacji społecznej i mediach	IDiKS
7.	Komunikacja wewnętrzna	OzW		18				18	Z/O	2	Nauki o komunikacji społecznej i mediach	IDiKS
8.	Badanie użytkowania mediów i biografii medialnych	OzW		18				18	Z/O	2	Nauki o komunikacji społecznej i mediach	IDiKS
9.	Warsztat kreatywnego pisania	OzW		18				18	Z/O	2	Nauki o komunikacji społecznej i mediach	IDiKS
10.	Product design	OzW		18				18	Z/O	2	Nauki o komunikacji społecznej i mediach	IDiKS
	RAZEM:		18	144			30 (60)	192 (222)		30 (38)		

Rok: III**Semestr: piąty**

LP.	Nazwa przedmiotu	O/W /Oz W*	Forma zajęć Liczba godzin zajęć						Sposób weryfikacji	Punkty ECTS	Dyscyplina(y) do której odnosi się przedmiot	Jednostka organizacyjna realizująca zajęcia
			W	Ć	S	K	L	Suma				
1.	Seminarium licencjackie	O			18			18	Z/O	4	Nauki o komunikacji społecznej i mediach	IDIKS
2.	Podstawy komunikacji interkulturowej	O		18				18	Z/O	3	Nauki o komunikacji społecznej i mediach	IDIKS
3.	Rynkowe konteksty komunikacji	O	15					15	E	2	Nauki o komunikacji społecznej i mediach	IDIKS
4.	Metody prezentacji osobistej	O		18				18	Z/O	3	Nauki o komunikacji społecznej i mediach	IDIKS
Specjalność Branding												
5.	Badania trendów konsumenckich	OzW		18				18	Z/O	3	Nauki o komunikacji społecznej i mediach	IDIKS
6.	Strategia komunikacji marki	OzW		18				18	Z/O	3	Nauki o komunikacji społecznej i mediach	IDIKS
7.	Etnografia komunikacji	OzW		18				18	Z/O	3	Nauki o komunikacji	IDIKS

											społecznej i mediach	
8.	Koncepty kreatywne	OzW		18				18	Z/O	3	Nauki o komunikacji społecznej i mediach	IDiKS
9.	Content management	OzW		18				18	Z/O	3	Nauki o komunikacji społecznej i mediach	IDiKS
10.	Przedmiot opcyjny (jeden do wyboru)*	OzW		18				18	Z/O	3	Nauki o komunikacji społecznej i mediach	IDiKS
	Event management										Nauki o komunikacji społecznej i mediach	IDiKS
	Digital marketing										Nauki o komunikacji społecznej i mediach	IDiKS
	Marki luksusowe										Nauki o komunikacji społecznej i mediach	IDiKS
	E-commerce										Nauki o komunikacji społecznej i mediach	IDiKS
	Marki FMCG										Nauki o komunikacji społecznej i mediach	IDiKS

Specjalność Communication Design												
5.	Publiczności mediów	OzW		18				18	Z/O	3	Nauki o komunikacji społecznej i mediach	IDiKS
6.	Metody prezentacji danych	OzW		18				18	Z/O	3	Nauki o komunikacji społecznej i mediach	IDiKS
7.	Komunikacja marki	OzW		18				18	Z/O	3	Nauki o komunikacji społecznej i mediach	IDiKS
8.	Transformation design	OzW		18				18	Z/O	3	Nauki o komunikacji społecznej i mediach	IDiKS
9.	Metody wizualizacji koncepcji komunikacyjnych	OzW		18				18	Z/O	3	Nauki o komunikacji społecznej i mediach	IDiKS
10.	Przedmiot opcyjny (jeden do wyboru)*	OzW		18				18	Z/O	3	Nauki o komunikacji społecznej i mediach	IDiKS
	Przygotowanie treningów komunikacyjnych										Nauki o komunikacji społecznej i mediach	IDiKS
	Wprowadzenie do reklamy										Nauki o komunikacji społecznej i mediach	IDiKS
	Krótkie formy filmowe w komunikacji										Nauki o komunikacji	IDiKS

											społecznej i mediach	
	RAZEM:		15	144	18			177		30		

* Student ma obowiązek zaliczyć jeden przedmiot do wyboru z oferty Instytutu.

Semestr: szósty

LP.	Nazwa przedmiotu	O/W /Oz W*	Forma zajęć Liczba godzin zajęć						Sposób weryfikacji	Punkty ECTS	Dyscyplina do której odnosi się przedmiot	Jednostka organizacyjna realizująca zajęcia
			W	Ć	S	K	L	Suma				
1.	Seminarium licencjackie	OzW			18			18	Z/O	9	Nauki o komunikacji społecznej i mediach	IDIKS
Specjalność Branding												
2.	Zarządzanie marką	OzW		18				18	Z/O	4	Nauki o komunikacji społecznej i mediach	IDIKS
3.	Społeczne zaangażowanie marek	OzW		18				18	Z/O	4	Nauki o komunikacji społecznej i mediach	IDIKS
4.	Art Direction komunikacji	OzW		18				18	Z/O	3	Nauki o komunikacji społecznej i mediach	IDIKS

5.	Employer branding	OzW		18				18	Z/O	4	Nauki o komunikacji społecznej i mediach	IDiKS
6.	Influencer marketing	OzW		18				18	Z/O	3	Nauki o komunikacji społecznej i mediach	IDiKS
7.	Komunikacja z klientem	OzW		18				18	Z/O	3	Nauki o komunikacji społecznej i mediach	IDiKS
Specjalność Communication Design												
2.	Strategie komunikacyjne w negocjacjach	OzW		18				18	Z/O	4	Nauki o komunikacji społecznej i mediach	IDiKS
3.	Dyskursy wizualne	OzW		18				18	Z/O	3	Nauki o komunikacji społecznej i mediach	IDiKS
4.	Fotografia	OzW		18				18	Z/O	3	Nauki o komunikacji społecznej i mediach	IDiKS
5.	Film image'owy	OzW		18				18	Z/O	4	Nauki o komunikacji społecznej i mediach	IDiKS
6.	Copywriting	OzW		18				18	Z/O	3	Nauki o komunikacji społecznej i mediach	IDiKS
7.	Design informacji	OzW		18				18	Z/O	4	Nauki o komunikacji	IDiKS

											społecznej i mediach	
	RAZEM:			108	18			126		30		

* Przedmiot:

obowiązkowy – O
do wyboru – W
obowiązkowy z wyborem – OzW

Przedmioty ogólnouczelniane – BHP, lektorat języka obcego, lektorat języka polskiego

OBJAŚNIENIA

Formy realizacji zajęć:

W - wykład
Ć - ćwiczenia
S - seminarium
K - konwersatorium
L - lektorat

Sposoby weryfikacji efektów uczenia się:

E - egzamin
Z - zaliczenie
Z/O – zaliczenie z oceną

**IDiKS – Instytut Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej
SPNJO – Studium Praktycznej Nauki Języków Obcych
UCWFIS – Uniwersyteckie Centrum Wychowania Fizycznego i Sportu
SJPIKdlaC – Studium Języka Polskiego i Kultury dla Cudzoziemców