

**OGÓLNY OPIS PROGRAMU STUDIÓW**

| <b>Dane podstawowe</b>                                                                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|-----------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 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                                                                           | Studia stacjonarne                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| 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                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| <b>Koncepcja kształcenia</b>                                                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| Cele kształcenia, wskazanie związku koncepcji kierunku studiów ze Strategią Rozwoju UWr | Koncepcja kształcenia na kierunku komunikacja wizerunkowa 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                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |

|                                                                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|----------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                | <p>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, jak i w firmach zajmujących się projektowaniem komunikacji wewnątrz instytucji i organizacji różnego typu, agencjach reklamowych, a także agencjach badawczych.</p> |
| Wskazanie potrzeb społeczno-gospodarczych prowadzenia studiów. | <p>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.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| 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                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |

## Plan studiów

Rok studiów: I

Semestr: pierwszy

| LP. | Nazwa przedmiotu     | O/W<br>/Oz<br>W* | Forma zajęć<br>Liczba godzin zajęć |    |   |   |   |      | Sposób<br>weryfikacji<br>efektów<br>w uczeniu<br>a | Punkty<br>ECTS | Dyscyplina do<br>której odnosi się<br>przedmiot | Jednostka<br>organizacyjna<br>na realizującego<br>zajęcia |
|-----|----------------------|------------------|------------------------------------|----|---|---|---|------|----------------------------------------------------|----------------|-------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------|
|     |                      |                  | W                                  | Ć  | S | K | L | Suma |                                                    |                |                                                 |                                                           |
| 1.  | Teorie komunikacji   | O                | 30                                 |    |   |   |   | 30   | E                                                  | 4              | Nauki o komunikacji społecznej i mediach        | IDIKS                                                     |
| 2.  | Teorie komunikacji   | O                |                                    | 30 |   |   |   | 30   | Z/O                                                | 3              | Nauki o komunikacji społecznej i mediach        | IDIKS                                                     |
| 3.  | Communication design | O                |                                    | 30 |   |   |   | 30   | Z/O                                                | 3              | Nauki o komunikacji społecznej i mediach        | IDIKS                                                     |
| 4.  | Dyskursy mediów      | O                | 30                                 |    |   |   |   | 30   | E                                                  | 4              | Nauki o komunikacji społecznej i mediach        | IDIKS                                                     |
| 5.  | Dyskursy mediów      | O                |                                    | 30 |   |   |   | 30   | Z/O                                                | 3              | Nauki o komunikacji społecznej i mediach        | IDIKS                                                     |
| 6.  | Filozofia            | O                | 30                                 |    |   |   |   | 30   | Z/O                                                | 3              | Filozofia                                       | IDIKS                                                     |

|     |                                             |   |     |     |  |  |    |              |     |    |                                          |                              |
|-----|---------------------------------------------|---|-----|-----|--|--|----|--------------|-----|----|------------------------------------------|------------------------------|
| 7.  | Prawo autorskie                             | O |     | 30  |  |  |    | 30           | Z/O | 3  | Nauki o komunikacji społecznej i mediach | IDiKS                        |
| 8.  | Branding                                    | O |     | 30  |  |  |    | 30           | Z/O | 3  | Nauki o komunikacji społecznej i mediach | IDiKS                        |
| 9.  | Socjologia                                  | O |     | 30  |  |  |    | 30           | Z/O | 2  | Nauki o komunikacji społecznej i mediach | IDiKS                        |
| 10. | Psychologia społeczna                       | O | 30  |     |  |  |    | 30           | E   | 2  | Nauki o komunikacji społecznej i mediach | IDiKS                        |
| 11. | BHP (e-learning)                            | O |     | 4   |  |  |    | 4            | Z   | 0  |                                          | Dział BHP oraz Ochrony Ppoż. |
| 12. | Lektorat języka polskiego dla cudzoziemców* | O |     |     |  |  | 30 | 30           | Z/O | 0  |                                          | SJPiKdlaC                    |
|     | RAZEM:                                      |   | 120 | 184 |  |  |    | 304<br>(334) |     | 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<br>/Oz<br>W* | Forma zajęć<br>Liczba godzin zajęć |    |   |   |   |      | Sposób<br>weryfikacji<br>efektów<br>w uczeniu<br>a | Punkty<br>ECTS | Dyscyplina do<br>której odnosi się<br>przedmiot | Jednostka<br>organizacyjna<br>realizująca<br>zajęcia |
|-----|--------------------------------------------------------------------|------------------|------------------------------------|----|---|---|---|------|----------------------------------------------------|----------------|-------------------------------------------------|------------------------------------------------------|
|     |                                                                    |                  | W                                  | Ć  | S | K | L | Suma |                                                    |                |                                                 |                                                      |
| 1.  | Retoryka i krytyka                                                 | O                |                                    | 30 |   |   |   | 30   | 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                |                                    | 30 |   |   |   | 30   | Z/O                                                | 4              | Nauki o komunikacji społecznej i mediach        | IDiKS                                                |
| 4.  | Projektowanie graficzne                                            | O                |                                    | 30 |   |   |   | 30   | Z/O                                                | 2              | Nauki o komunikacji społecznej i mediach        | IDiKS                                                |
| 5.  | Public relations                                                   | O                |                                    | 30 |   |   |   | 30   | Z/O                                                | 3              | Nauki o komunikacji społecznej i mediach        | IDiKS                                                |
| 6.  | Proces kreatywny                                                   | O                |                                    | 30 |   |   |   | 30   | Z/O                                                | 3              | Nauki o komunikacji społecznej i mediach        | IDiKS                                                |
| 7.  | Teksty użytkowe – teoria i praktyka                                | O                |                                    | 30 |   |   |   | 30   | Z/O                                                | 3              | Nauki o komunikacji                             | IDiKS                                                |

|                                         |                                            |     |    |    |  |  |    |    |     |   |                                          |           |
|-----------------------------------------|--------------------------------------------|-----|----|----|--|--|----|----|-----|---|------------------------------------------|-----------|
|                                         |                                            |     |    |    |  |  |    |    |     |   | społecznej i mediach                     |           |
| 8.                                      | Komunikacja wizualna                       |     | 30 |    |  |  |    | 30 | E   | 4 | Nauki o komunikacji społecznej i mediach | IDiKS     |
| 9.                                      | Język obcy                                 | OzW |    |    |  |  | 60 | 60 | Z   | 0 |                                          |           |
| 10.                                     | Lektorat języka polskiego dla cudzoziemców | O   |    |    |  |  | 30 | 30 | Z/O | 0 |                                          | SJPiKdlaC |
| <b>Specjalność Branding</b>             |                                            |     |    |    |  |  |    |    |     |   |                                          |           |
| 11.                                     | Teamwork                                   | OzW |    | 30 |  |  |    | 30 | Z/O | 2 | Nauki o komunikacji społecznej i mediach | IDiKS     |
| 12.                                     | Analiza dyskursu                           | OzW |    | 30 |  |  |    | 30 | Z/O | 2 | Nauki o komunikacji społecznej i mediach | IDiKS     |
| 13.                                     | Wprowadzenie do kultury popularnej         | OzW | 30 |    |  |  |    | 30 | Z/O | 2 | Nauki o komunikacji społecznej i mediach | IDiKS     |
| <b>Specjalność Communication Design</b> |                                            |     |    |    |  |  |    |    |     |   |                                          |           |
| 10.                                     | Komunikacja w zespołach                    | OzW |    | 30 |  |  |    | 30 | Z/O | 2 | Nauki o komunikacji społecznej i mediach | IDiKS     |
| 11.                                     | Historia design                            | OzW | 30 |    |  |  |    | 30 | E   | 2 | Nauki o komunikacji społecznej i mediach | IDiKS     |
| 12.                                     | Corporate identity                         | OzW |    | 30 |  |  |    | 30 | Z/O | 2 | Nauki o komunikacji społecznej i mediach | IDiKS     |



|                                         |                                      |     |    |    |  |  |  |    |     |   |                                          |       |
|-----------------------------------------|--------------------------------------|-----|----|----|--|--|--|----|-----|---|------------------------------------------|-------|
| 7.                                      | Projektowanie informacji             | OzW |    | 30 |  |  |  | 30 | Z/O | 3 | Nauki o komunikacji społecznej i mediach | IDiKS |
| 8.                                      | Kultura marki                        | OzW |    | 30 |  |  |  | 30 | Z/O | 3 | Nauki o komunikacji społecznej i mediach | IDiKS |
| 9.                                      | Diagnostyka marki                    | OzW |    | 30 |  |  |  | 30 | Z/O | 3 | Nauki o komunikacji społecznej i mediach | IDiKS |
| 10.                                     | Reklama jako forma komunikacji marki | OzW | 30 |    |  |  |  | 30 | E   | 3 | Nauki o komunikacji społecznej i mediach | IDiKS |
| 11.                                     | Analiza semiotyczna                  | OzW |    | 30 |  |  |  | 30 | Z/O | 4 | Nauki o komunikacji społecznej i mediach | IDiKS |
| 12.                                     | Narzędzia komunikacji marki          | OzW |    | 30 |  |  |  | 30 | Z/O | 4 | Nauki o komunikacji społecznej i mediach | IDiKS |
| <b>Specjalność Communication Design</b> |                                      |     |    |    |  |  |  |    |     |   |                                          |       |
| 6.                                      | Typografia i skład                   | OzW |    | 30 |  |  |  | 30 | Z/O | 3 | Nauki o komunikacji społecznej i mediach | IDiKS |
| 7.                                      | Design współczesny                   | OzW | 30 |    |  |  |  | 30 | E   | 4 | Nauki o komunikacji społecznej i mediach | IDiKS |
| 8.                                      | CD – doradztwo                       | OzW |    | 30 |  |  |  | 30 | Z/O | 4 | Nauki o komunikacji                      | IDiKS |

|     |                                |     |    |     |  |  |            |              |     |    |                                          |       |
|-----|--------------------------------|-----|----|-----|--|--|------------|--------------|-----|----|------------------------------------------|-------|
|     |                                |     |    |     |  |  |            |              |     |    | społecznej i mediach                     |       |
| 9.  | CD – planowanie strategiczne   | OzW |    | 30  |  |  |            | 30           | Z/O | 3  | Nauki o komunikacji społecznej i mediach | IDiKS |
| 10. | CD – kreacja                   | OzW |    | 30  |  |  |            | 30           | Z/O | 3  | Nauki o komunikacji społecznej i mediach | IDiKS |
| 11. | Rozmowy i testy kwalifikacyjne | OzW |    | 30  |  |  |            | 30           | Z/O | 3  | Nauki o komunikacji społecznej i mediach | IDiKS |
|     | RAZEM                          |     | 60 | 240 |  |  | 60<br>(90) | 360<br>(390) |     | 30 |                                          |       |

#### Semestr: czwarty

| LP. | Nazwa przedmiotu          | O/W<br>/Oz<br>W* | Forma zajęć<br>Liczba godzin zajęć |    |   |   |   |      | Sposób<br>weryfikacji | Punkty<br>ECTS | Dyscyplina do<br>której odnosi się<br>przedmiot | Jednostka<br>organizacyjna<br>realizująca<br>zajęcia |
|-----|---------------------------|------------------|------------------------------------|----|---|---|---|------|-----------------------|----------------|-------------------------------------------------|------------------------------------------------------|
|     |                           |                  | W                                  | Ć  | S | K | L | Suma |                       |                |                                                 |                                                      |
| 1.  | Estetyka                  | O                | 30                                 |    |   |   |   | 30   | E                     | 2              | Nauki o komunikacji społecznej i mediach        | IDiKS                                                |
| 2.  | Style życia w komunikacji | O                |                                    | 30 |   |   |   | 30   | Z/O                   | 2              | Nauki o komunikacji społecznej i mediach        | IDiKS                                                |

|                             |                                            |     |  |    |  |  |    |    |     |    |                                          |           |
|-----------------------------|--------------------------------------------|-----|--|----|--|--|----|----|-----|----|------------------------------------------|-----------|
| 3.                          | Wychowadnie fizyczne                       | OzW |  | 30 |  |  |    | 30 | Z/O | 0  | Nauki o komunikacji społecznej i mediach | UCWFiS    |
| 4.                          | Język obcy                                 | OzW |  |    |  |  | 60 | 60 | E   | 12 | Nauki o komunikacji społecznej i mediach | SPNJO     |
| 5.                          | Lektorat języka polskiego dla cudzoziemców | O   |  |    |  |  | 30 | 30 | E   | 8  |                                          | SJPIKdlaC |
| <b>Specjalność Branding</b> |                                            |     |  |    |  |  |    |    |     |    |                                          |           |
| 6.                          | Systemy identyfikacji wizualnej            | OzW |  | 30 |  |  |    | 30 | Z/O | 2  | Nauki o komunikacji społecznej i mediach | IDiKS     |
| 7.                          | Myślenie projektowe                        | OzW |  | 30 |  |  |    | 30 | Z/O | 2  | Nauki o komunikacji społecznej i mediach | IDiKS     |
| 8.                          | Badanie użytkowania mediów                 | OzW |  | 30 |  |  |    | 30 | Z/O | 2  | Nauki o komunikacji społecznej i mediach | IDiKS     |
| 9.                          | Stylistyka i kultura języka                | OzW |  | 30 |  |  |    | 30 | Z/O | 2  | Nauki o komunikacji społecznej i mediach | IDiKS     |
| 10.                         | Strategia marki                            | OzW |  | 30 |  |  |    | 30 | Z/O | 2  | Nauki o komunikacji społecznej i mediach | IDiKS     |
| 11.                         | Projektowanie doświadczeń                  | OzW |  | 30 |  |  |    | 30 | Z/O | 2  | Nauki o komunikacji społecznej i mediach | IDiKS     |

|                                         |                                                   |     |    |     |  |  |            |              |     |         |                                          |       |
|-----------------------------------------|---------------------------------------------------|-----|----|-----|--|--|------------|--------------|-----|---------|------------------------------------------|-------|
| 12.                                     | Teksty wizerunkowe                                | OzW |    | 30  |  |  |            | 30           | Z/O | 2       | Nauki o komunikacji społecznej i mediach | IDiKS |
| <b>Specjalność Communication Design</b> |                                                   |     |    |     |  |  |            |              |     |         |                                          |       |
| 5.                                      | User experience                                   | OzW |    | 30  |  |  |            | 30           | Z/O | 2       | Nauki o komunikacji społecznej i mediach | IDiKS |
| 6.                                      | Badania terenowe                                  | OzW |    | 30  |  |  |            | 30           | Z/O | 2       | Nauki o komunikacji społecznej i mediach | IDiKS |
| 7.                                      | Corporate design                                  | OzW |    | 30  |  |  |            | 30           | Z/O | 2       | Nauki o komunikacji społecznej i mediach | IDiKS |
| 8.                                      | Komunikacja wewnętrzna                            | OzW |    | 30  |  |  |            | 30           | Z/O | 2       | Nauki o komunikacji społecznej i mediach | IDiKS |
| 9.                                      | Badanie użytkowania mediów i biografii medialnych | OzW |    | 30  |  |  |            | 30           | Z/O | 2       | Nauki o komunikacji społecznej i mediach | IDiKS |
| 10.                                     | Warsztat kreatywnego pisania                      | OzW |    | 30  |  |  |            | 30           | Z/O | 2       | Nauki o komunikacji społecznej i mediach | IDiKS |
| 11.                                     | Product design                                    | OzW |    | 30  |  |  |            | 30           | Z/O | 2       | Nauki o komunikacji społecznej i mediach | IDiKS |
|                                         | RAZEM:                                            |     | 30 | 270 |  |  | 60<br>(90) | 360<br>(390) |     | 30 (38) |                                          |       |

**Rok: III**

**Semestr: piąty**

| LP.                         | Nazwa przedmiotu                     | O/W<br>/Oz<br>W* | Forma zajęć<br>Liczba godzin zajęć |    |    |   |   |      | Sposób<br>weryfikacji | Punkty<br>ECTS | Dyscyplina do<br>której odnosi się<br>przedmiot | Jednostka<br>organizacyjna<br>realizująca<br>zajęcia |
|-----------------------------|--------------------------------------|------------------|------------------------------------|----|----|---|---|------|-----------------------|----------------|-------------------------------------------------|------------------------------------------------------|
|                             |                                      |                  | W                                  | Ć  | S  | K | L | Suma |                       |                |                                                 |                                                      |
| 1.                          | Seminarium licencjackie              | OzW              |                                    |    | 30 |   |   | 30   | Z/O                   | 4              | Nauki o komunikacji społecznej i mediach        | IDiKS                                                |
| 2.                          | Podstawy komunikacji interkulturowej | O                |                                    | 30 |    |   |   | 30   | 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                |                                    | 30 |    |   |   | 30   | Z/O                   | 3              | Nauki o komunikacji społecznej i mediach        | IDiKS                                                |
| <b>Specjalność Branding</b> |                                      |                  |                                    |    |    |   |   |      |                       |                |                                                 |                                                      |
| 5.                          | Badania trendów konsumenckich        | OzW              |                                    | 30 |    |   |   |      | Z/O                   | 3              | Nauki o komunikacji społecznej i mediach        | IDiKS                                                |
| 6.                          | Strategia komunikacji marki          | OzW              |                                    | 30 |    |   |   |      | Z/O                   | 3              | Nauki o komunikacji społecznej i mediach        | IDiKS                                                |
| 7.                          | Etnografia komunikacji               | OzW              |                                    | 30 |    |   |   |      | Z/O                   | 3              | Nauki o komunikacji                             | IDiKS                                                |

|     |                                      |     |  |    |  |  |  |  |     |   |                                          |       |
|-----|--------------------------------------|-----|--|----|--|--|--|--|-----|---|------------------------------------------|-------|
|     |                                      |     |  |    |  |  |  |  |     |   | społecznej i mediach                     |       |
| 8.  | Koncepty kreatywne                   | OzW |  | 30 |  |  |  |  | Z/O | 3 | Nauki o komunikacji społecznej i mediach | IDiKS |
| 9.  | Content management                   | OzW |  | 30 |  |  |  |  | Z/O | 3 | Nauki o komunikacji społecznej i mediach | IDiKS |
| 10. | Przedmiot opcyjny (jeden do wyboru)* | OzW |  | 30 |  |  |  |  | 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 |  | 30 |  |  |  | 30 | Z/O | 3 | Nauki o komunikacji społecznej i mediach | IDiKS |
| 6.  | Metody prezentacji danych                     | OzW |  | 30 |  |  |  | 30 | Z/O | 3 | Nauki o komunikacji społecznej i mediach | IDiKS |
| 7.  | Komunikacja marki                             | OzW |  | 30 |  |  |  | 30 | Z/O | 3 | Nauki o komunikacji społecznej i mediach | IDiKS |
| 8.  | Transformation design                         | OzW |  | 30 |  |  |  | 30 | Z/O | 3 | Nauki o komunikacji społecznej i mediach | IDiKS |
| 9.  | Metody wizualizacji koncepcji komunikacyjnych | OzW |  | 30 |  |  |  | 30 | Z/O | 3 | Nauki o komunikacji społecznej i mediach | IDiKS |
| 10. | Przedmiot opcyjny (jeden do wyboru)*          | OzW |  | 30 |  |  |  | 30 | 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 | 240 | 30 |  |  | 285 |  | 30 |                      |  |

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

### Semestr: szósty

| LP.                         | Nazwa przedmiotu              | O/W<br>/Oz<br>W* | Forma zajęć<br>Liczba godzin zajęć |    |    |   |   |      | Sposób<br>weryfikacji | Punkty<br>ECTS | Dyscyplina do<br>której odnosi się<br>przedmiot | Jednostka<br>organizacyjna<br>realizująca<br>zajęcia |
|-----------------------------|-------------------------------|------------------|------------------------------------|----|----|---|---|------|-----------------------|----------------|-------------------------------------------------|------------------------------------------------------|
|                             |                               |                  | W                                  | Ć  | S  | K | L | Suma |                       |                |                                                 |                                                      |
| 1.                          | Seminarium licencjackie       | OzW              |                                    |    | 30 |   |   | 30   | Z/O                   | 9              | Nauki o komunikacji społecznej i mediach        | IDiKS                                                |
| <b>Specjalność Branding</b> |                               |                  |                                    |    |    |   |   |      |                       |                |                                                 |                                                      |
| 2.                          | Zarządzanie marką             | OzW              |                                    | 30 |    |   |   | 30   | Z/O                   | 4              | Nauki o komunikacji społecznej i mediach        | IDiKS                                                |
| 3.                          | Społeczne zaangażowanie marek | OzW              |                                    | 30 |    |   |   | 30   | Z/O                   | 4              | Nauki o komunikacji społecznej i mediach        | IDiKS                                                |
| 4.                          | Art Direction komunikacji     | OzW              |                                    | 30 |    |   |   | 30   | Z/O                   | 3              | Nauki o komunikacji społecznej i mediach        | IDiKS                                                |

|                                         |                                        |     |  |    |  |  |  |    |     |   |                                          |       |
|-----------------------------------------|----------------------------------------|-----|--|----|--|--|--|----|-----|---|------------------------------------------|-------|
| 5.                                      | Employer branding                      | OzW |  | 30 |  |  |  | 30 | Z/O | 4 | Nauki o komunikacji społecznej i mediach | IDiKS |
| 6.                                      | Influencer marketing                   | OzW |  | 30 |  |  |  | 30 | Z/O | 3 | Nauki o komunikacji społecznej i mediach | IDiKS |
| 7.                                      | Komunikacja z klientem                 | OzW |  | 30 |  |  |  | 30 | Z/O | 3 | Nauki o komunikacji społecznej i mediach | IDiKS |
| <b>Specjalność Communication Design</b> |                                        |     |  |    |  |  |  |    |     |   |                                          |       |
| 2.                                      | Strategie komunikacyjne w negocjacjach | OzW |  | 30 |  |  |  | 30 | Z/O | 4 | Nauki o komunikacji społecznej i mediach | IDiKS |
| 3.                                      | Dyskursy wizualne                      | OzW |  | 30 |  |  |  | 30 | Z/O | 3 | Nauki o komunikacji społecznej i mediach | IDiKS |
| 4.                                      | Fotografia                             | OzW |  | 30 |  |  |  | 30 | Z/O | 3 | Nauki o komunikacji społecznej i mediach | IDiKS |
| 5.                                      | Film image'owy                         | OzW |  | 30 |  |  |  | 30 | Z/O | 4 | Nauki o komunikacji społecznej i mediach | IDiKS |
| 6.                                      | Copywriting                            | OzW |  | 30 |  |  |  | 30 | Z/O | 3 | Nauki o komunikacji społecznej i mediach | IDiKS |
| 7.                                      | Design informacji                      | OzW |  | 30 |  |  |  | 30 | Z/O | 4 | Nauki o komunikacji                      | IDiKS |

|  |        |  |  |     |    |  |  |     |  |    |                      |  |
|--|--------|--|--|-----|----|--|--|-----|--|----|----------------------|--|
|  |        |  |  |     |    |  |  |     |  |    | społecznej i mediach |  |
|  | RAZEM: |  |  | 180 | 30 |  |  | 210 |  | 30 |                      |  |

\* Przedmiot:

obowiązkowy – O

do wyboru – W

obowiązkowy z wyborem – OzW

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

### **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 – Szkoła Języka Polskiego i Kultury dla Cudzoziemców

