

Uchwała nr 25/2025
Rady Akademickiej Uniwersytetu Dolnośląskiego DSW
z dnia 24 kwietnia 2025 r.

w sprawie uchwalenia Regulaminu odbywania praktyki studenckiej na kierunku media
kreatywne: game design, animacja, efekty specjalne studia pierwszego stopnia profil
praktyczny przez studentów rozpoczynających kształcenie w roku akademickim 2025/2026 i
kolejnych

Działając na podstawie § 24 ust. 1 pkt 3 lit. a Statutu Uniwersytetu Dolnośląskiego DSW we Wrocławiu, Rada Akademicka uchwała Regulamin odbywania praktyki studenckiej na kierunku media kreatywne: game design, animacja, efekty specjalne studia pierwszego stopnia profil praktyczny przez studentów rozpoczynających kształcenie w roku akademickim 2025/2026 i kolejnych, stanowiący załącznik do niniejszej uchwały.

Przewodnicząca Rady Akademickiej

dr hab. Helena Wyligąła, prof. Uniwersytetu DSW

PROGRAM I REGULAMIN PRAKTYK
na kierunku media kreatywne: game design, animacja, efekty specjalne
studia pierwszego stopnia
profil praktyczny
dla cyklu rozpoczynającego się od roku akademickiego 2025/2026

1. Cele praktyk

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

Celem praktyk jest:

- pogłębianie i poszerzanie wiedzy zdobytej na zajęciach dydaktycznych i rozwijanie umiejętności jej wykorzystania, szczególnie w zakresie wiedzy o mediach kreatywnych i umiejętności przydatnych w branżach kreatywnych,
- przygotowanie do wejścia na rynek pracy poprzez kształtowanie umiejętności niezbędnych w przyszłej pracy zawodowej (analitycznych, organizacyjnych, pracy w zespole, nawiązywania kontaktów), a także przygotowanie Studenta do samodzielności i odpowiedzialności za powierzone mu zadania,
- pogłębianie wiedzy o branży, w której działa pracodawca przyjmujący na praktykę,
- stworzenie warunków do aktywizacji zawodowej Studentów na rynku pracy.

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

- przedsiębiorstwa z branży projektowania gier wideo, gier komputerowych, gier mobilnych, gier innego rodzaju (w tym planszowych, karcianych itp.), a także tworzące oprogramowanie komputerowe, w szczególności rozrywkowe i edukacyjne,
- przedsiębiorstwa z branży kreatywnej, działające w branży rozrywkowej, reklamowej oraz w szeroko rozumianej branży usługowej, w szczególności studia animacji, agencje reklamowe,
- przedsiębiorstwa z branży IT lub innej, zajmujące się przynajmniej częściowo projektowaniem graficznym, w szczególności projektowaniem 3D, projektowaniem przestrzennym, architektonicznym itp.,
- przedsiębiorstwa z branży wydawniczej, m.in. zajmujące się publikowaniem i dystrybucją książek, gier, komiksów, zabawek itp.,

- stowarzyszenia, fundacje i inne podmioty wpisane do odpowiedniego rejestru, które w zakresie swojej statutowej działalności realizują działalność kreatywną, w tym projektowanie graficzne, tworzenie oprogramowania, gier, badania i rozwój gier oraz innych form rozrywki tradycyjnej i multimedialnej,
- praktyki można zrealizować w formie lub projektów praktycznych realizowanych pod nadzorem nauczycieli akademickich,
- inne instytucje po uzgodnieniu z Uczelnianym Opiekunem Praktyk.

3. Czas trwania praktyk i miejsce ich odbywania

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

studia polskojęzyczne

Rok studiów, semestr	Czas trwania praktyki	Uszczegółowienie	Zakładane efekty uczenia się:
II rok, semestr 4	480 godzin dydaktycznych (360 godzin zegarowych)	Praktyka zawodowa I Wprowadzenie do praktyk - 2 godziny dydaktyczne Ewaluacja praktyk - 10 godzin dydaktycznych Praktyka w Instytucji Przyjmującej – 468 godzin dydaktycznych	a) w zakresie wiedzy student/ka: - posiada wiedzę praktyczną na temat technologii informatycznych oraz gatunków i formatów produkcji medialnej, filmowej i internetowej, z naciskiem na produkty interaktywne, w tym gry, aplikacje oraz projekty audiowizualne, - zna i stosuje zasady opracowania produktu interaktywnego w trzech kluczowych fazach: preprodukcji, produkcji i postprodukcji, uwzględniając metodykę zarządzania procesami kreatywnymi oraz technologicznymi, - rozumie zasady estetyki i ich wpływ na odbiór projektów interaktywnych, a także zna podstawy prawa własności intelektualnej i przemysłowej oraz funkcjonowania przedsiębiorstw kreatywnych, co umożliwia przygotowanie do prowadzenia własnej działalności gospodarczej, - posiada wiedzę na temat strategii dystrybucji i promocji produktów interaktywnych, w tym wyboru kanałów rozpowszechniania i ich dostosowania do celów marketingowych oraz technologicznych b) w zakresie umiejętności student/ka: - twórczo posługuje się sprzętem komputerowym, filmowym i fotograficznym oraz odpowiednim oprogramowaniem do realizacji wizualnej i komunikacyjnej warstwy projektu, uwzględniając aspekty estetyczne, użytkowe i technologiczne, - planuje, organizuje i realizuje projekt interaktywny, zarządzając czasem, zespołem oraz

			zasobami materiałowymi, w tym tworzy harmonogramy pracy dostosowane do warunków realizacji, - oceni skuteczność realizowanego projektu na podstawie opinii użytkowników, analizy danych oraz bieżących testów, proponując modyfikacje dostosowane do potrzeb rynku i odbiorców, - uczestniczy w tworzeniu strategii marketingowej i dystrybucji produktów interaktywnych, dokonując analizy dostępnych kanałów komunikacji oraz uwzględniając aspekty prawne, technologiczne i finansowe, - potrafi integrować różne formy przekazu (np. wizualny, dźwiękowy, interaktywny) w ramach kompleksowych projektów, dostosowując je do specyfiki grupy docelowej i wybranych mediów c) w zakresie kompetencji społecznych student/ka: - efektywnie współpracuje w zespole projektowym, pełniąc różnorodne funkcje i wykazując umiejętność pracy zespołowej, także w środowiskach interdyscyplinarnych, - skutecznie komunikuje się w kontaktach interpersonalnych oraz biznesowych, negocjując swoje stanowisko i rozumiejąc potrzeby klienta, także w kontekście projektów wymagających wieloetapowego feedbacku, - terminowo wywiązuje się z powierzonych zadań, dostarczając efekty pracy zgodne z wymogami technicznymi, estetycznymi i użytkowymi projektów interaktywnych
III rok, semestr 6	480 godzin dydaktycznych (360 godzin zegarowych)	Praktyka zawodowa II Wprowadzenie do praktyk - 2 godziny dydaktyczne Ewaluacja praktyk - 10 godzin dydaktycznych Praktyka w Instytucji Przyjmującej – 468 godzin dydaktycznych	a) w zakresie wiedzy student/ka: - zna i stosuje w praktyce fazy opracowania produktu interaktywnego: preprodukcję, produkcję i postprodukcję, uwzględniając metodykę ich realizacji oraz specyfikę pracy projektowej, - rozumie zasady funkcjonowania przedsiębiorstwa kreatywnego oraz zna podstawowe przepisy prawa własności przemysłowej i intelektualnej, co pozwala na świadome zarządzanie projektami i przygotowanie do prowadzenia własnej działalności gospodarczej, - posiada wiedzę na temat strategii dystrybucji i promocji produktów interaktywnych, w tym analizy kanałów rozpowszechniania, celów marketingowych oraz uwarunkowań prawnych, finansowych i technologicznych b) w zakresie umiejętności student/ka: - planuje i organizuje realizację projektów interaktywnych, biorąc pod uwagę warunki czasu

			pracy, dostępność zasobów ludzkich i materiałowych, oraz wykorzystuje opinie użytkowników do modyfikacji projektów, - dokonuje oceny skuteczności realizowanych projektów na podstawie danych i analizy odbioru, wdrażając zmiany dostosowane do oczekiwań rynku i użytkowników końcowych, - potrafi uczestniczyć w planowaniu strategii dystrybucji i promocji produktów, wybierając odpowiednie kanały oraz uwzględniając cele reklamowe, marketingowe i ograniczenia technologiczne, - efektywnie wykorzystuje różne narzędzia komunikacji medialnej i biznesowej, także w kontekście współpracy z klientem, partnerami projektowymi i członkami zespołu c) w zakresie kompetencji społecznych student/ka: - aktywnie uczestniczy w pracy zespołowej, pełniąc różnorodne funkcje i wykazując się umiejętnością współpracy w złożonych projektach interaktywnych, - skutecznie komunikuje się w kontaktach interpersonalnych oraz za pośrednictwem różnych mediów, ze szczególnym uwzględnieniem negocjacji biznesowych i dostosowania do potrzeb klienta, - jest świadomy/a znaczenia terminowości i jakości w realizacji projektów, dostarczając efekty pracy zgodne z wymaganiami technicznymi, estetycznymi i użytkowymi
--	--	--	--

studia anglojęzyczne

Rok studiów, semestr	Czas trwania praktyki	Uszczegółowienie	Zakładane efekty uczenia się:
II rok, semestr 3	240 godzin dydaktycznych (180 godzin zegarowych)	Praktyka zawodowa I (Internship I) Wprowadzenie do praktyk - 4 godziny dydaktyczne Ewaluacja praktyk - 8 godzin dydaktycznych Praktyka w Instytucji Przyjmującej – 228 godzin dydaktycznych	a) w zakresie wiedzy student/ka: - wykorzystuje niezbędną wiedzę praktyczną na temat technologii informatycznych wykorzystywanych w realizacji projektu interaktywnego, - wykorzystuje wiedzę na temat istotnych gatunków i formatów produkcji medialnej, filmowej lub internetowej ze szczególnym uwzględnieniem produktów interaktywnych, b) w zakresie umiejętności student/ka: - twórczo posługuje się odpowiednim do realizacji projektu sprzętem komputerowym, filmowym lub fotograficznym oraz oprogramowaniem,

			- realizuje warstwę wizualną oraz komunikacyjną projektu, uwzględniając aspekty technologiczne, estetyczne i użytkowe, c) w zakresie kompetencji społecznych student/ka: - potrafi terminowo wywiązać się ze zobowiązań, dostarczając na czas efekty swojej pracy zgodne z wymaganiami stawianymi projektom interaktywnym,
II rok, semestr 4	240 godzin dydaktycznych (180 godzin zegarowych)	Praktyka zawodowa II (Internship II) Wprowadzenie do praktyk - 4 godziny dydaktyczne Ewaluacja praktyk - 8 godzin dydaktycznych Praktyka w Instytucji Przyjmującej – 228 godzin dydaktycznych	a) w zakresie wiedzy student/ka: - wykorzystuje w praktyce znajomość faz opracowania produktu interaktywnego – preprodukcyjną, produkcyjną i postprodukcyjną wraz z metodyką ich realizacji, - posiada i wykorzystuje profesjonalną wiedzę na temat wybranych aspektów estetyki związanych z realizowanymi projektami, - wykorzystuje w praktyce zasady funkcjonowania przedsiębiorstwa kreatywnego, prawa własności przemysłowej i intelektualnej potrzebnych do rozpoczęcia własnej działalności gospodarczej w zakresie studiowanego kierunku, b) w zakresie umiejętności student/ka: - właściwie planuje organizację i realizację projektu interaktywnego, uwzględniając warunki czasu pracy, zasobów ludzkich i materiałowych, - potrafi określić skuteczność realizowanego projektu i wykorzystać opinie użytkowników do jego modyfikacji, - potrafi uczestniczyć w planowaniu strategii dystrybucji produktów, dokonać wyboru odpowiednich kanałów ich rozpowszechniania, uwzględniając cele reklamowe i marketingowe, uwarunkowania prawne, finansowe i technologiczne, c) w zakresie kompetencji społecznych student/ka: - potrafi uczestniczyć w działaniu zespołu do przygotowania projektu interaktywnego i pełnić w nim różnorodne funkcje, wykazując się umiejętnością współpracy, - potrafi skutecznie porozumiewać się w kontaktach interpersonalnych, za pośrednictwem różnych mediów ze szczególnym uwzględnieniem umiejętności negocjacji swojego stanowiska w rozmowach biznesowych i rozumienia potrzeb klienta
III rok, semestr 5	240 godzin dydaktycznych (180 godzin zegarowych)	Praktyka zawodowa III (Internship III)	a) w zakresie wiedzy student/ka: - wykorzystuje w praktyce znajomość faz opracowania produktu interaktywnego –

		Wprowadzenie do praktyk – 4 godziny dydaktyczne Ewaluacja praktyk – 8 godzin dydaktycznych Praktyka w Instytucji Przyjmującej – 228 godzin dydaktycznych	preprodukcyjną, produkcyjną i postprodukcyjną wraz z metodyką ich realizacji, b) w zakresie umiejętności student/ka: - właściwie planuje organizację i realizację projektu interaktywnego, uwzględniając warunki czasu pracy, zasobów ludzkich i materiałowych, - potrafi określić skuteczność realizowanego projektu i wykorzystać opinie użytkowników do jego modyfikacji, c) w zakresie kompetencji społecznych student/ka: - potrafi uczestniczyć w działaniu zespołu do przygotowania projektu interaktywnego i pełnić w nim różnorodne funkcje, wykazując się umiejętnością współpracy
III rok, semestr 6	240 godzin dydaktycznych (180 godzin zegarowych)	Praktyka zawodowa IV (Internship IV) Wprowadzenie do praktyk – 4 godziny dydaktyczne Ewaluacja praktyk – 8 godzin dydaktycznych Praktyka w Instytucji Przyjmującej – 228 godzin dydaktycznych	a) w zakresie wiedzy student/ka: - wykorzystuje w praktyce zasady funkcjonowania przedsiębiorstwa kreatywnego, prawa własności przemysłowej i intelektualnej potrzebnych do rozpoczęcia własnej działalności gospodarczej w zakresie studiowanego kierunku, b) w zakresie umiejętności student/ka: - potrafi określić skuteczność realizowanego projektu i wykorzystać opinie użytkowników do jego modyfikacji, - potrafi uczestniczyć w planowaniu strategii dystrybucji produktów, dokonać wyboru odpowiednich kanałów ich rozpowszechniania, uwzględniając cele reklamowe i marketingowe, uwarunkowania prawne, finansowe i technologiczne, c) w zakresie kompetencji społecznych student/ka: - potrafi skutecznie porozumiewać się w kontaktach interpersonalnych, za pośrednictwem różnych mediów ze szczególnym uwzględnieniem umiejętności negocjacji swojego stanowiska w rozmowach biznesowych i rozumienia potrzeb klienta.

4. Harmonogram odbywania praktyki:

Harmonogram odbywania praktyki student ustala z Opiekunem Praktyki z ramienia Instytucji Przyjmującej na praktykę. Indywidualny harmonogram zależy od godzin pracy instytucji, możliwości Opiekuna Praktyki oraz studenta.

5. Potwierdzenie osiągnięcia efektów uczenia się:

Potwierdzenie osiągnięcia efektów uczenia się odbywa się w *Dzienniku praktyk*, w którym studenci opisują zadania zrealizowane w Instytucji Przyjmującej na praktykę związane z wyżej wymienionymi

efektami, a Opiekun Praktyki z ramienia danej Instytucji Przyjmującej na praktykę potwierdza je podpisem w *Dzienniku praktyk* oraz Uczelniany Opiekun Praktyk w *Dzienniku praktyk* oraz w USOSweb.

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

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

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