

UNIwersYTET DSW IDEIS
WYDZIAŁ STUDIÓW STOSOWANYCH WE WROCŁAWIU

PROGRAM STUDIÓW
NA KIERUNKU
MEDIA DESIGN I MARKETING WIZERUNKOWY
STUDIA PIERWSZEGO STOPNIA
PROFIL: PRAKTYCZNY
obowiązujący dla cyklu
rozpoczynającego się w roku akademickim *2026/2027*

Spis treści

I.	Ogólna charakterystyka prowadzonych studiów	3
1.	Informacje ogólne	3
2.	Wymagania wstępne (kompetencje kandydata)	3
3.	Zasady rekrutacji i szczegółowy opis wymagań dla kandydatów na studia	3
4.	Przyporządkowanie programu studiów dla kierunku do dyscyplin oraz procentowy udział liczby punktów ECTS każdej z tych dyscyplin w liczbie punktów ECTS koniecznej do ukończenia studiów na ocenianym kierunku na danym poziomie, ze wskazaniem dyscypliny wiodącej.	3
5.	Podstawowe wskaźniki ECTS określone dla programu studiów	4
6.	Sylwetka absolwenta	4
II.	Koncepcja kształcenia.....	6
1.	Wskazanie związku kierunku studiów z misją i strategią rozwoju Uczelni.....	6
2.	Wskazanie potrzeb społeczno-gospodarczych utworzenia studiów oraz zgodności efektów uczenia się z tymi potrzebami	7
3.	Ogólne cele uczenia się.....	8
4.	Tabela kierunkowych efektów uczenia się oraz odniesień efektów kierunkowych uczenia się do charakterystyk kompetencji uniwersalnych Zintegrowanego Systemu Kwalifikacji oraz charakterystyk drugiego stopnia efektów uczenia się dla kwalifikacji na poziomach 6-7 Polskiej Ramy Kwalifikacji.....	8
5.	Tabela pokrycia charakterystyk kompetencji uniwersalnych Zintegrowanego Systemu Kwalifikacji oraz charakterystyk drugiego stopnia efektów uczenia się dla kwalifikacji na poziomach 6-7 Polskiej Ramy Kwalifikacji przez kierunkowe efekty uczenia się	11
III.	Plan studiów	13
1.	Struktura planu studiów	13
2.	Stosowane metody dydaktyczne oraz sposoby weryfikacji i oceny efektów uczenia się osiągniętych przez studenta w trakcie całego cyklu kształcenia	13
3.	Wykaz przedmiotów do wyboru pozwalających na stwierdzenie, że program kształcenia umożliwi studentowi wybór modułów w wymiarze nie mniejszym niż 30% punktów ECTS	14
4.	Wymiar, zasady i formy odbywania praktyk zawodowych	15
IV.	Dodatkowe dokumenty do programu studiów	18
1.	System ECTS	18
2.	Treści modułów kształcenia na kierunku	19
3.	Załączniki do programu studiów	21
Załącznik 1.	Plany studiów	21
Załącznik 2.	Macierz efektów uczenia się	21
Załącznik 3.	Sumaryczne wskaźniki ECTS	21
Załącznik 4.	Karty przedmiotów	21

I. Ogólna charakterystyka prowadzonych studiów

1. Informacje ogólne

Nazwa kierunku studiów	Media design i marketing wizerunkowy	
Poziom studiów	studia pierwszego stopnia	
Poziom kwalifikacji	poziom VI Polskiej Ramy Kwalifikacji	
Profil kształcenia	praktyczny	
Forma studiów	stacjonarne / niestacjonarne	
Kod ISCED	0488	
Liczba semestrów konieczna do ukończenia studiów na ocenianym kierunku na danym poziomie	6 semestrów	
Liczba punktów ECTS konieczna do ukończenia studiów na ocenianym kierunku na danym poziomie	180	
Łączna liczba godzin zajęć	stacjonarne 2734	niestacjonarne 2034
Wymiar praktyk zawodowych	960	
Język, w którym prowadzone są zajęcia	polski	
Tytuł zawodowy uzyskiwany przez absolwenta	licencjat	
Uzyskiwane uprawnienia zawodowe	brak	

2. Wymagania wstępne (kompetencje kandydata)

Podstawą przyjęcia na studia pierwszego stopnia są pozytywne wyniki egzaminu maturalnego lub egzaminu dojrzałości albo pozytywne wyniki egzaminu zagranicznego lub pozytywne wyniki kształcenia, potwierdzone dokumentem, o którym mowa w art. 69 ust. 2 pkt 4-7 ustawy z dnia 20 lipca 2018 r. – Prawo o szkolnictwie wyższym i nauce (Dz.U. 2022 poz. 574 t.j.).

Od kandydatów na studia oczekuje się posiadania kompetencji informatycznych wynikających z Podstawy programowej kształcenia ogólnego dla szkół ponadpodstawowych w kategorii Informatyka, w tym głównie posługiwania się komputerem, urządzeniami cyfrowymi i sieciami komputerowymi, co umożliwi realizację zajęć z wykorzystaniem technik na odległość. Dla studentów, którzy nie posiadają komputera lub dostępu do Internetu Uczelnia zapewnia dostęp do komputera w czytelnicy, gdzie studenci mogą uczestniczyć w zajęciach z wykorzystaniem technik na odległość.

Oczekuje się również posiadania kompetencji językowych w zakresie języka obcego nowożytnego wynikających z Podstawy programowej kształcenia ogólnego dla szkół ponadpodstawowych w kategorii język obcy nowożytny.

3. Zasady rekrutacji i szczegółowy opis wymagań dla kandydatów na studia

Zasady rekrutacji i szczegółowy opis wymagań dla kandydatów na studia reguluje Uchwała Senatu Uniwersytetu DSW Ideis w sprawie zasad przyjęć na studia wyższe na Uniwersytecie DSW Ideis w danym roku akademickim.

4. Przyporządkowanie programu studiów dla kierunku do dyscyplin oraz procentowy udział liczby punktów ECTS każdej z tych dyscyplin w liczbie punktów ECTS koniecznej do ukończenia studiów na ocenianym kierunku na danym poziomie, ze wskazaniem dyscypliny wiodącej.

Nazwa dyscypliny wiodącej, do której został przyporządkowany kierunek:

Nazwa dyscypliny wiodącej	Punkty ECTS	
	liczba	%
nauki o komunikacji społecznej i mediach	135	75%

Nazwy pozostałych dyscyplin wraz z określeniem procentowego udziału liczby punktów ECTS dla pozostałych dyscyplin w ogólnej liczbie punktów ECTS wymaganej do ukończenia studiów na kierunku:

Nazwa dyscypliny	Punkty ECTS	
	liczba	%
nauki o zarządzaniu i jakości	45	25%

5. Podstawowe wskaźniki ECTS określone dla programu studiów

Nazwa wskaźnika	Liczba punktów ECTS/Liczba godzin	
	stacjonarne	niestacjonarne
Łączna liczba punktów ECTS, jaką student musi uzyskać w ramach zajęć prowadzonych z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich lub innych osób prowadzących zajęcia	97,5	72,7
Łączna liczba punktów ECTS przyporządkowana zajęciom kształtującym umiejętności praktyczne	151,8	151,2
Łączna liczba punktów ECTS, jaką student musi uzyskać w ramach zajęć z dziedziny nauk społecznych - w przypadku kierunków studiów przyporządkowanych do dyscyplin w ramach dziedzin innych niż nauki społeczne	166,5	167
Łączna liczba punktów ECTS, jaką student musi uzyskać w ramach zajęć z dziedziny nauk humanistycznych - w przypadku kierunków studiów przyporządkowanych do dyscyplin w ramach dziedzin innych nauki humanistyczne	13,5	13
Łączna liczba punktów ECTS przyporządkowana zajęciom do wyboru	78,5	78,5
Łączna liczba punktów ECTS przyporządkowana praktykom zawodowym	38	38
W przypadku stacjonarnych studiów pierwszego stopnia i jednolitych studiów magisterskich liczba godzin zajęć z wychowania fizycznego	60	Nie dotyczy
W przypadku prowadzenia zajęć z wykorzystaniem metod i technik kształcenia na odległość:		
Łączna liczba godzin zajęć określona w programie studiów na studiach stacjonarnych / łączna liczba godzin zajęć prowadzonych z wykorzystaniem metod i technik kształcenia na odległość	2734/222 (14,1% ECTS czyli 25,3 ECTS)	2034/222 (10,8% ECTS czyli 19,4 ECTS)

6. Sylwetka absolwenta

Absolwent studiów pierwszego stopnia na kierunku *media design i marketing wizerunkowy*, profil praktyczny, posiada kompetencje zawodowe pozwalające na podejmowanie zadań typowych dla branży przemysłów kreatywnych, posiada też podstawy wiedzy naukowej umożliwiającej dalszy rozwój na studiach II stopnia.

Absolwent zdobywa umiejętności, pozwalające na podjęcie pracy m.in. w branży online i mobile marketing, branding, video marketing, e-PR, mobile learning czy agencjach badawczych w obszarze m.in. projektowania aplikacji webowych i mobilnych, analizy danych, kreowania wizerunku w mediach społecznościowych i mobilnych, tworzenia zawartości mediów społecznościowych i zarządzania tą zawartością (*social content design i management*), budowania marki i zarządzania komunikacją (*brand management*), prognozowania trendów w różnorodnych branżach, wizualizacji danych, reklamy cyfrowej i mobilnej.

W zależności od wybranego modułu Student zdobywa umiejętności i kompetencje w poniższym zakresie.

- a) **Moduł wybieralny: Branding i zarządzanie marką** - student zdobywa umiejętności w zakresie: budowania świadomości i rozpoznawalności marki, projektowania wizerunku nowo tworzonej marki oraz rebrandingu marki istniejącej, namingu, czyli opracowania nazwy marki, graficznego komunikowania marki – opracowania elementów systemu identyfikacji wizualnej, brand manuala, tworzenia spójnej strategii marki i dostosowania przekazu do grupy docelowej, wywoływania skojarzeń i emocji związanych z marką, wyróżnienia marki na tle konkurencji i zarządzania marką. Absolwent przygotowany jest do pracy w zawodach: brand manager, brand designer, doradca wizerunkowy, konsultant strategiczny, projektant komunikacji, PR manager, social media manager, content designer, specjalista ds. personal branding, specjalista ds. employer branding.
- b) **Moduł wybieralny: UX Design** - student zdobywa kompetencje z zakresu projektowania interakcji człowieka z systemami cyfrowymi, analizy percepcji użytkowników oraz wdrażania nowoczesnych rozwiązań interfejsowych. W trakcie nauki poznaje on zasady interakcji człowiek-komputer (HCI), uczy się podstaw programowania wspierającego projektowanie UX oraz zdobywa umiejętności prowadzenia badań użytkowników i analizy danych. Student rozwija kompetencje w zakresie projektowania interfejsów i prototypowania, a także poznaje metody testowania użyteczności oraz narzędzia wspierające optymalizację doświadczeń użytkowników. Ponadto uczy się projektowania dostępnych doświadczeń cyfrowych, tworzenia narracji wizualnej i mikrointerakcji oraz budowania i zarządzania design systemami umożliwiającymi skalowanie rozwiązań UX. Dzięki zajęciom poświęconym zarządzaniu projektami UX i współpracy w zespołach interdyscyplinarnych student przygotowuje się do pracy w dynamicznym środowisku branży cyfrowej. Absolwent może podjąć pracę jako projektant UX, badacz doświadczeń użytkownika, specjalista ds. dostępności cyfrowej, projektant systemów interakcji lub konsultant UX. Zdobyte umiejętności pozwalają mu na zatrudnienie w zespołach projektowych firm technologicznych, agencjach UX/UI, startupach oraz działach innowacji przedsiębiorstw, gdzie będzie odpowiedzialny za tworzenie intuicyjnych, dostępnych i efektywnych rozwiązań cyfrowych dostosowanych do potrzeb użytkowników.
- c) **Moduł wybieralny: Grafika i multimedia** – student zdobywa umiejętności w zakresie: nurtów i trendów w grafice, projektowania stron i serwisów internetowych, psychologii i psychofizjologii widzenia, cyfrowej edycji zdjęć, systemów identyfikacji wizualnej i zasad ich spójnego projektowania, produkcji dźwiękowej, produkcji wideo (edycja i montaż) oraz zasad animacji klasycznej i cyfrowej. Absolwent posiada kwalifikacje do wykonywania zawodów takich jak: grafik komputerowy, projektant interfejsów (UI), projektant doświadczeń użytkowników (UX), specjalista ds. edycji graficznej, animator 2D, specjalista ds. multimediów, projektant gier komputerowych, projektant komunikacji wizualnej, projektant kursów e-learningowych, social and mobile media content designer, social and mobile media content manager, ambient marketing specialist.
- d) **Moduł wybieralny: Komunikacja wizerunkowa i reklama z elementami AI** – student zdobywa umiejętności w zakresie: marketingu i PR, tworzenia strategii brandingowych, budowania marki i jej rozpoznawalności, projektowania komunikacji z wykorzystaniem AI, procesu tworzenia kompleksowych kampanii reklamowych, podstaw realizacji dźwięku, projektowania identyfikacji wizualnej, produkcji telewizyjnej i filmowej oraz designu wizualizacji ze wsparciem technologii AI. Absolwent posiada kwalifikacje do wykonywania zawodów takich jak: specjalista ds. marketingu i reklamy, copywriter, specjalista ds. PR i komunikacji korporacyjnej, specjalista ds. mediów społecznościowych, konsultant marketingowy, media planner, media buyer, brand manager, content manager, account manager, event manager, analityk rynku mediów, specjalista ds. monitoringu mediów, inne stanowiska w domach mediowych, agencjach reklamowych, mediach tradycyjnych i internetowych.
- e) **Moduł wybieralny: Marketing i social media w biznesie** - student zdobywa umiejętności w zakresie: korzystania z mediów społecznościowych jako źródła informacji o rynku oraz narzędzia kształtowania

trendów, tworzenia contentu użytecznego dla odbiorców, tworzenia społeczności marki i budowania interakcji z odbiorcą, troski o relacje z klientami, społecznej odpowiedzialności biznesu, badań marketingowych i monitorowania mediów społecznościowych, moderacji profili firmowych w mediach społecznościowych, zgodnych z zasadami PR, zarządzania kampaniami płatnymi, kreatywnego myślenia Design Thinking i zarządzania projektami przy jednoczesnym budowaniu kompetencji menedżerskich. Absolwent przystosowany jest do pracy w zawodach: social media content designer, specjalista ds. social media, content manager, digital marketing specialist, influencer/blogger/vlogger, brand manager, viral marketing specialist, specjalista ds. monitoringu mediów społecznościowych, właściciel przedsiębiorstwa branży kreatywnej, analityk danych marketingowych, specjalista ds. projektowania badań marketingowych i inne stanowiska w agencjach reklamowych, interaktywnych.

II. Koncepcja kształcenia

1. Wskazanie związku kierunku studiów z misją i strategią rozwoju Uczelni

Przy formułowaniu koncepcji kształcenia na kierunku media design i marketing wizerunkowy, studia pierwszego stopnia o profilu praktycznym uwzględniono: misję i strategię rozwoju Uczelni, zasoby i możliwości jej realizacji, potrzeby rynku pracy oraz otoczenia społeczno-gospodarczego, obowiązujące regulacje prawne i wzorce międzynarodowe, a także opinie interesariuszy zewnętrznych oraz wewnętrznych.

Koncepcja kształcenia na kierunku jest spójna z misją i strategią Uczelni określoną w „Strategii Uniwersytetu Dolnośląskiego DSW we Wrocławiu na lata 2022–2025 z perspektywą do 2030 roku”. Uniwersytet DSW Ideis dąży do tego, by być Uczelnią – Miejscem dla Ciebie, w którym zgodnie z przyjętą misją łączy się ludzi, kształci praktycznie i realizuje pasje. Uniwersytet DSW Ideis jest przestrzenią kształtowaną z myślą o studentach jako kluczowej grupie społeczności akademickiej. Uczelnia tworzy przestrzeń do praktycznej nauki, pracy, współdziałania, rozwoju wspólnie we współpracy z kolegami i koleżankami, jak również z wykładowcami, którzy wspierają studentów na każdym etapie edukacji. Jest to też miejsce zapewniające warunki do samorozwoju, realizacji zainteresowań, poznawania ciekawych ludzi, budowania i pielęgnowania relacji oraz kreowania i współtworzenia. Uniwersytet DSW Ideis to miejsce, w którym doświadczają się inspiracji, wzajemnego uczenia się, uczenia innych i wymiany praktycznych doświadczeń. Wizja Uczelni brzmi: „W przyjaznej przestrzeni wspólnie rozwijamy usługę edukacyjną opartą na wiedzy, najlepszej praktyce i nowoczesnej technologii”.

Spółeczność akademicką tworzą wykładowcy otwarci, zaangażowani, pełni wiedzy i doświadczeń, którą chcą się dzielić oraz inspirować studentów i współpracowników do poznawania i odkrywania otaczającego nas świata. Uniwersytet DSW Ideis jest Uczelnią akademicką, która aktywnie współtworzy Federację Naukową WSB-DSW i wspiera rozwój naukowy w wybranych dyscyplinach. Uniwersytet DSW Ideis świadomie kształtuje swoją tożsamość, łącząc doświadczenia w zakresie kształcenia i prowadzenia nauki, wartości (takie jak m.in. współpraca, zaangażowanie, wiarygodność, kreatywność, innowacyjność, elastyczność, otwartość) oraz podstawy modelu biznesowego członka Grupy Merito i Federacji Naukowej WSB-DSW z wizją dynamicznego rozwoju uczelni w modelu PUMA (Praktyczność Uniwersalność Masowość Akademickość).

Zarówno misja, jak i wizja wytyczają strategiczne kierunki działań w rozwoju Uczelni. Zgodnie z powyższym, Uczelnia stale aktualizuje swoją ofertę, dostosowując i rozszerzając ofertę edukacyjną kierunku *media design i marketing wizerunkowy*, co przejawia się m.in. w dostosowaniu modułów kształcenia specjalnościowego do potrzeb rynkowych, jak i oczekiwań studentów, którzy z jednej strony chcieliby łączyć studia ze swoimi pasjami, a z drugiej strony oczekują po ukończeniu edukacji zatrudnienia w wybranej przez siebie branży.

Branża marketingowa jest branżą dynamiczną, stale rozwijającą się, ambicjonalną i nowoczesną. Z uwagi na jej specyfikę, skuteczne kształcenie, dające stuprocentowe przygotowanie do wejścia na rynek pracy, odbywać może się wyłącznie w ośrodkach, które dysponują odpowiednią kadrą specjalistów, jak też technologią i niezbędnym wyposażeniem w specjalistyczny sprzęt. Dzięki realizowaniu studiów na kierunku *media design*

i marketing wizerunkowy Uczelnia stale rozwija się i – chcąc spełnić oczekiwania rynku – sięga po coraz nowocześniejsze technologie.

Wyróżnikiem kierunku *media design i marketing wizerunkowy* jest praktyczność kształcenia, która przejawia się w stosowanych metodach dydaktycznych, inwestycjach w specjalistyczny sprzęt i oprogramowanie, jak również podejmowaniu współpracy z wykwalifikowanymi praktykami branżowymi, w ramach której powstaje wiele wartościowych projektów, koncepcji i strategii rozwoju firm, których współtwórcami są nasi studenci – sprzyja to realizacji strategicznych założeń Uczelni. Studenci mają ponadto możliwość przygotowania pracy dyplomowej w formie projektu i budują w trakcie studiów portfolio, które jest niezbędne przy wejściu na rynek pracy w tak wymagającej branży, jaką jest marketing.

Koncepcja kształcenia na kierunku *media design i marketing wizerunkowy* powstała w konsultacji z doświadczonymi nauczycielami akademickimi, a także ze specjalistami z branży marketingu – praktykami, których wieloletnie doświadczenie było pomocne w określeniu sylwetki absolwenta kierunku oraz przygotowaniu programu studiów, z uwzględnieniem praktycznych aspektów kształcenia.

Aktywna praca Biura Karier i Praktyk, kojarząca studentów i absolwentów z rynkiem i pracodawcami, to kolejny element strategicznych działań Uniwersytetu DSW Ideis, który koncentruje się na nowych miejscach pracy dla absolwentów kierunku *media design i marketing wizerunkowy*. Studenci kierunku *media design i marketing wizerunkowy* realizują wiele wartościowych projektów dla firm, w których pracują lub w których odbywają praktyki zawodowe, spełniając jednocześnie własne marzenia i pasje. Dzięki współpracy z Wykładowcami oraz Współpracownikami Uczelni, również w zakresie odbywania praktyk zawodowych, aktywnie wpływają również na kształt wspólnoty Uniwersytetu DSW Ideis.

Uniwersytet DSW Ideis to jeden z najważniejszych ośrodków akademickich we Wrocławiu i w całym regionie Dolnego Śląska. Uczelnia od 17 lat jest numerem 1 na Dolnym Śląsku wśród uczelni niepublicznych, zdobywa też wysokie miejsca w ogólnopolskim rankingu uczelni niepublicznych (w 2022 roku 9. miejsce). Charakterystyczne cechy Uniwersytetu DSW Ideis to: otwartość, ambicja, dawanie możliwości realizowania pasji naukowych, rozwoju talentów i spełniania marzeń, jak również przyjazność i tworzenie wspólnoty wykładowców i studentów. Wśród flagowych kierunków uczelni, która wypracowała przez ostatnie 25 lat tak silną markę, nie może zabraknąć kierunku *media design i marketing wizerunkowy*, nastawionego na kształcenie specjalistów w dziedzinie branding, marketingu i szeroko pojętej promocji.

2. Wskazanie potrzeb społeczno-gospodarczych utworzenia studiów oraz zgodności efektów uczenia się z tymi potrzebami

W dobie rosnącego zapotrzebowania na specjalistów w dziedzinie marketingu i budowania wizerunku marki odpowiednie przygotowanie przyszłych ekspertów jest kluczowe dla zaspokojenia potrzeb rynkowych zarówno w zakresie projektowania komunikacji i zarządzania komunikacją, która w ostatnim czasie ulega różnorodnym modyfikacjom między innymi pod wpływem rozwoju sztucznej inteligencji, jak też w zakresie budowania marketingu społecznego. Z uwagi na coraz popularniejszą strategię rynkową, w której dobro nabywców stanowi jeden z ważniejszych celów prowadzenia działalności gospodarczej, niezwykle istotne zdaje się być zapoznanie studentów z podstawowymi zasadami budowania komunikacji, nastawionej nie tylko na zysk, ale uwzględniającej potrzeby konsumentów, przy jednoczesnej akceptacji zmieniającej się gospodarki. Nasi wykładowcy oraz partnerzy kierunku są aktywnymi praktykami w branży, dzięki czemu pozostają na bieżąco ze zmianami rynkowymi i są w stanie realizować zaawansowane założenia w zakresie przygotowania absolwentów do wejścia na rynek pracy, z uwzględnieniem społecznej odpowiedzialności ich biznesów.

Nowoczesne profesje, rozwijające się w ostatnich latach w dynamicznym tempie, takie jak brand manager, specjalista ds. social media czy content designer, wymagają odpowiedniego przygotowania, jakie gwarantuje absolwentom Uniwersytet DSW Ideis, m.in. dzięki wykwalifikowanej kadrze i nowoczesnej infrastrukturze.

Kierunek zakłada efektywną współpracę z interesariuszami zewnętrznymi i wewnętrznymi, która jest istotna dla osiągnięcia zakładanych efektów uczenia się. Współpraca ta realizowana jest zarówno na poziomie konsultacji w procesie przygotowywania programu studiów, jak też systematycznej modyfikacji oferty

dydaktycznej, dostosowanej do aktualnych trendów rynkowych, aż po wspólną organizację przedsięwzięć naukowych i dydaktycznych.

Przyjęty program studiów dla kierunku *media design i marketing wizerunkowy* uwzględnia praktyczny charakter profilu studiów, zapewniając absolwentom wiedzę oraz umiejętności, niezbędne w pracy zawodowej w branży marketingu, umożliwiając im efektywne wejście na rynek pracy i rzetelne wykonywanie obowiązków w ramach pracy zawodowej. Przygotowanie do wejścia na rynek pracy w wymagającej i dynamicznej branży marketingowej staje się priorytetowym celem kształcenia na kierunku media design i marketing wizerunkowy.

3. Ogólne cele uczenia się

Absolwent ma ukształtowaną wiedzę na temat: komunikacji społecznej, nowych mediów, komunikacji elektronicznej, różnorodnych odmian public relations i problemów kreowania wizerunku, marketingu internetowego, ekonomiki mediów, analizy finansowej projektów medialnych, analizy trendów, zarządzania projektami medialnymi, budowania marki i zarządzania marką oraz jej wizerunkiem, kanałów komunikowania zgodnych ze specyfiką branży, w której funkcjonuje marka, świadomości kanonów estetycznych i artystycznych związanych z realizacją projektów interaktywnych, w szczególności wizualizacji graficznych, projektów serwisów internetowych, intermedialnych przekazów reklamowych.

Absolwent rozwinię w trakcie studiów wiedzę, umiejętności i kompetencje społeczne związane z planowaniem i tworzeniem projektów interaktywnych i medialnych oraz kreatywnym uwrażliwieniem niezbędnym do realizacji tych projektów wraz ze zrozumieniem ich wartości kulturowej i marketingowej. Absolwent rozwinię ponadto kompetencje z obszaru medioznawstwa, kreowania wizerunku, budowania marki, marketingu i zarządzania, ale także sztuk projektowych w zakresie projektowania i budowania zawartości social i mobile mediów oraz projektowania komunikacji.

Absolwent będzie rozumiał i krytycznie oceniał projekty mobilne i internetowe pod kątem estetyki, użyteczności i technologii. Skutecznie planował, realizował i dystrybuował projekty mobilne i internetowe oraz nabędzie umiejętność prowadzenia działań marketingowych; skutecznego zarządzania kampanią marketingową, zorientowaną na nowe media i technologie, a także wykazywał się zaawansowanymi umiejętnościami planowania badań marketingowych i wizerunkowych oraz analizy ich wyników.

Absolwent po ukończeniu studiów będzie znał język obcy na poziomie biegłości B2 Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego Rady Europy oraz potrafił posługiwać się językiem specjalistycznym koniecznym do wykonywania zawodu.

Na kierunku założono: zajęcia kształtujące kompetencje badawcze, strategiczne i kreatywne w procesie budowania marki – możliwość zrozumienia poszczególnych procesów budowania marki i zarządzania nią, zatrudnianie specjalistów pozwalających na kompleksowe zarządzanie marką i jej komunikacją w każdej branży – szeroki wachlarz możliwości zatrudnienia po zakończeniu specjalności, projektowy charakter pracy dyplomowej, który pozwala na kompleksowe opracowanie własnego brandu (np. własnej firmy z dowolnej branży).

4. Tabela kierunkowych efektów uczenia się oraz odniesień efektów kierunkowych uczenia się do charakterystyk kompetencji uniwersalnych Zintegrowanego Systemu Kwalifikacji oraz charakterystyk drugiego stopnia efektów uczenia się dla kwalifikacji na poziomach 6-7 Polskiej Ramy Kwalifikacji

Objaśnienie oznaczeń w symbolach efektów kierunkowych:	
MDiMW	kierunek media design i marketing wizerunkowy
1	studia pierwszego stopnia
P	profil praktyczny
W	kategoria wiedzy
U	kategoria umiejętności
K	kategoria kompetencji społecznych
01, 02, 03 i kolejne	numer efektu uczenia się

Objaśnienie oznaczeń charakterystyki poziomów PRK typowe dla kwalifikacji uzyskiwanych w ramach szkolnictwa wyższego:	
6	poziom VI Polskiej Ramy Kwalifikacji
S	charakterystyka typowa dla kwalifikacji uzyskiwanych w ramach szkolnictwa wyższego
W	wiedza
G	głębina i zakres
K	kontekst
U	umiejętności
W	wykorzystanie wiedzy
K	komunikowanie się
O	organizacja pracy
U	uczenie się
K	kompetencje społeczne
K	krytyczna ocena
O	odpowiedzialność
R	rola zawodowa

Symbol efektu uczenia się dla kierunku	OPIS KIERUNKOWYCH EFEKTÓW UCZENIA SIĘ Po zakończeniu studiów pierwszego stopnia na kierunku <i>media design i marketing wizerunkowy</i> , profil <i>praktyczny</i> , absolwent osiąga następujące efekty uczenia się:	Symbol charakterystyk
WIEDZA absolwent zna i rozumie:		
MDIMW1P_W01	w zaawansowanym stopniu teorii, fakty i metody komunikowania i zarządzania przemysłami kreatywnymi, współczesnymi rynkami medialnymi, ze szczególnym uwzględnieniem rynku mediów elektronicznych, oraz złożone zależności między nimi	P6U_W; P6S_WK
MDIMW1P_W02	złożone relacje między specyfiką produktów i usług a kształtem działań marketingowych i ich medialną formą, uwzględniając potrzeby użytkowników, jako odbiorców produktów i usług	P6U_W; P6S_WG
MDIMW1P_W03	społeczne, kulturowe, kognitywne, etyczne, psychologiczne, ekonomiczne, prawne, technologiczne uwarunkowania różnych rodzajów działalności zawodowej związanej z kierunkiem oraz konteksty komunikowania we współczesnym świecie	P6U_W; P6S_WK
MDIMW1P_W04	metody, techniki i narzędzia pozyskiwania, analizy i udostępniania danych potrzebnych do projektowania zawartości mediów oraz budowania w ich obrębie działań edukacyjnych i marketingowych	P6U_W; P6S_WG
MDIMW1P_W05	normy i reguły projektowania zawartości mediów z perspektywy technologicznej, komunikacyjnej, funkcjonalnej, marketingowej oraz estetycznej	P6U_W; P6S_WK; P6S_WG
MDIMW1P_W06	zaawansowane pojęcia i zasady z zakresu ochrony własności przemysłowej i prawa autorskiego odnoszące się do procesu projektowania zawartości mediów i działań marketingowych	P6U_W; P6S_WK
MDIMW1P_W07	zasady tworzenia i rozwoju przedsiębiorstwa działającego w obszarze mediów, szczególnie mobilnych i internetowych, w tym społecznościowych; korzystając przy tym z wiedzy z zakresu medioznawstwa, zarządzania i wzornictwa	P6U_W; P6S_WK; P6S_WG
MDIMW1P_W08	kluczowe linie rozwojowe w obszarze designu oraz technologii informatycznych, sprzętów i narzędzi graficznych istotnych do skutecznego projektowania zawartości mediów i planowania działań marketingowych	P6U_W; P6S_WG

UMIEJĘTNOŚCI absolwent potrafi:		
MDIMW1P_U01	wykorzystać zaawansowaną wiedzę medioznawczą i ekonomiczną do szczegółowego opisu i praktycznego analizowania procesów odbywających się w obrębie platform internetowych i mobilnych oraz rozwiązywać problemy i wykonywać zadania praktyczne związane z działalnością gospodarczą w warunkach nie w pełni przewidywalnych	P6U_U; P6S_UW
MDIMW1P_U02	dobierać źródła i informacje oraz dokonywać ich oceny, krytycznej analizy i syntezy, a także planować, realizować i interpretować badania związane ze sferą mediów i działań marketingowych, ze szczególnym uwzględnieniem zaawansowanych metod i technik informacyjno-komunikacyjnych oraz kanałów, szczególnie mobilnych i internetowych	P6U_U; P6S_UW; P6S_UO
MDIMW1P_U03	prognozować efekt własnych działań w zakresie odbioru projektowanych form medialnych i działań marketingowych oraz gromadzonych i interpretowanych danych	P6U_U; P6S_UW; P6S_UO; P6S_UU
MDIMW1P_U04	prawidłowo posługiwać się normami prawnymi, zawodowymi i etycznymi podczas projektowania zawartości mediów, działań marketingowych i zarządzania danymi	P6U_U; P6S_UW
MDIMW1P_U05	analizować i interpretować strategie marketingowe oraz społeczne aktywności podejmowane za pośrednictwem mediów, szczególnie mobilnych i internetowych, planować i realizować zadania marketingowe i dystrybuować produkty medialne	P6U_U; P6S_UW; P6S_UK; P6S_UO
MDIMW1P_U06	świadomie tworzyć zawartość wizualną, tekstową i dźwiękową mediów, z uwzględnieniem mediów mobilnych i internetowych, w tym społecznościowych oraz grupy odbiorczej i perswazyjnych aspektów tekstu	P6U_U; P6S_UW; P6S_UK
MDIMW1P_U07	świadomie posługiwać się właściwymi technikami i technologiami realizacji typowymi dla mediów, szczególnie mobilnych i internetowych, w obszarze projektowania i tworzenia ich zawartości oraz interfejsów komunikacyjnych uwzględniających marketingowe cele	P6U_U; P6S_UW; P6S_UK; P6S_UO
MDIMW1P_U08	komunikować się, przedstawiać opinie, przygotować prace pisemne, stanowiska i dyskutować o nich z użyciem specjalistycznej terminologii z zakresu projektowania mediów i marketingu wizerunkowego w języku polskim lub języku obcym na poziomie B2 Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego, samodzielnie planować własne uczenie się przez całe życie	P6U_U; P6S_UK; P6S_UU
KOMPETENCJE SPOŁECZNE absolwent jest gotów do:		
MDIMW1P_K01	pracy indywidualnej i w zespole, przyjmując w nim określone role zawodowe i funkcje oraz będąc zdolnym do przedstawiania i uzasadniania swojego stanowiska oraz sprawnej organizacji pracy	P6U_K; P6S_KO; P6S_KR;
MDIMW1P_K02	efektywnego wykorzystania: wyobraźni, intuicji, emocjonalności, zdolności twórczego i przedsiębiorczego myślenia w realizacji projektów medialnych	P6S_KK; P6S_KO

MDIMW1P_K03	przestrzegania etyki zawodowej oraz krytycznej oceny posiadanej wiedzy i odbieranych treści projektów medialnych, realizowanych samodzielnie lub w zespole oraz wykorzystania konstruktywnej krytyki do korygowania pracy własnej i innych	P6U_K; P6S_KK; P6S_KR
-------------	--	-----------------------------

5. Tabela pokrycia charakterystyk kompetencji uniwersalnych Zintegrowanego Systemu Kwalifikacji oraz charakterystyk drugiego stopnia efektów uczenia się dla kwalifikacji na poziomach 6-7 Polskiej Ramy Kwalifikacji przez kierunkowe efekty uczenia się

Symbol charakterystyk	Opis charakterystyk kompetencji uniwersalnych poziomu 6 Zintegrowanego Systemu Kwalifikacji oraz charakterystyk drugiego stopnia efektów uczenia się dla kwalifikacji Polskiej Ramy Kwalifikacji	Symbol efektu uczenia się dla kierunku
WIEDZA absolwent zna i rozumie:		
P6U_W	<ul style="list-style-type: none"> – w zaawansowanym stopniu – fakty, teorie, metody oraz złożone zależności między nimi – różnorodne, złożone uwarunkowania prowadzonej działalności 	MDIMW1P_W01; MDIMW1P_W02; MDIMW1P_W03; MDIMW1P_W04; MDIMW1P_W05; MDIMW1P_W06; MDIMW1P_W07; MDIMW1P_W08
P6S_WG	w zaawansowanym stopniu – wybrane fakty, objekty i zjawiska oraz dotyczące ich metody i teorie wyjaśniające złożone zależności między nimi, stanowiące podstawową wiedzę ogólną z zakresu dyscyplin naukowych lub artystycznych tworzących podstawy teoretyczne oraz wybrane zagadnienia z zakresu wiedzy szczegółowej – właściwe dla programu studiów, a w przypadku studiów o profilu praktycznym – również zastosowania praktyczne tej wiedzy w działalności zawodowej związanej z ich kierunkiem	MDIMW1P_W02; MDIMW1P_W04; MDIMW1P_W05; MDIMW1P_W07; MDIMW1P_W08
P6S_WK	<ul style="list-style-type: none"> – fundamentalne dylematy współczesnej cywilizacji – podstawowe ekonomiczne, prawne, etyczne i inne uwarunkowania różnych rodzajów działalności zawodowej związanej z kierunkiem studiów, w tym podstawowe pojęcia i zasady z zakresu ochrony własności przemysłowej i prawa autorskiego – podstawowe zasady tworzenia i rozwoju różnych form przedsiębiorczości 	MDIMW1P_W01; MDIMW1P_W03; MDIMW1P_W05; MDIMW1P_W06; MDIMW1P_W07
UMIEJĘTNOŚCI absolwent potrafi:		

P6U_U	<ul style="list-style-type: none"> – innowacyjnie wykonywać zadania oraz rozwiązywać złożone i nietypowe problemy w zmiennych i nie w pełni przewidywalnych warunkach – samodzielnie planować własne uczenie się przez całe życie – komunikować się z otoczeniem, uzasadniać swoje stanowisko 	MDIMW1P_U01; MDIMW1P_U02; MDIMW1P_U03; MDIMW1P_U04; MDIMW1P_U05; MDIMW1P_U06; MDIMW1P_U07; MDIMW1P_U08
P6S_UW	<ul style="list-style-type: none"> – wykorzystywać posiadaną wiedzę – formułować i rozwiązywać złożone i nietypowe problemy oraz wykonywać zadania w warunkach nie w pełni przewidywalnych przez: <ul style="list-style-type: none"> • właściwy dobór źródeł i informacji z nich pochodzących, dokonywanie oceny, krytycznej analizy i syntezy tych informacji, • dobór oraz stosowanie właściwych metod i narzędzi, w tym zaawansowanych technik informacyjno-komunikacyjnych – wykorzystywać posiadaną wiedzę – formułować i rozwiązywać problemy oraz wykonywać zadania typowe dla działalności zawodowej związanej z kierunkiem studiów – w przypadku studiów o profilu praktycznym 	MDIMW1P_U01; MDIMW1P_U02; MDIMW1P_U03; MDIMW1P_U04; MDIMW1P_U05; MDIMW1P_U06; MDIMW1P_U07
P6S_UK	<ul style="list-style-type: none"> – komunikować się z otoczeniem z użyciem specjalistycznej terminologii – brać udział w debacie – przedstawiać i oceniać różne opinie i stanowiska oraz dyskutować o nich – posługiwać się językiem obcym na poziomie B2 Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego 	MDIMW1P_U05; MDIMW1P_U06; MDIMW1P_U07; MDIMW1P_U08
P6S_UO	<ul style="list-style-type: none"> – planować i organizować pracę indywidualną oraz w zespole – współdziałać z innymi osobami w ramach prac zespołowych (także o charakterze interdyscyplinarnym) 	MDIMW1P_U02; MDIMW1P_U03; MDIMW1P_U05; MDIMW1P_U07
P6S_UU	<ul style="list-style-type: none"> – samodzielnie planować i realizować własne uczenie się przez całe życie 	MDIMW1P_U03; MDIMW1P_U08
KOMPETENCJE SPOŁECZNE		
absolwent jest gotów do:		
P6U_K	<ul style="list-style-type: none"> – kultywowania i upowszechniania wzorów właściwego postępowania w środowisku pracy i poza nim – samodzielnego podejmowania decyzji, krytycznej oceny działań własnych, działań zespołów, którymi kieruje, i organizacji, w których uczestniczy, przyjmowania odpowiedzialności za skutki tych działań 	MDIMW1P_K01; MDIMW1P_K03
P6S_KK	<ul style="list-style-type: none"> – krytycznej oceny posiadanej wiedzy i odbieranych treści – uznawania znaczenia wiedzy w rozwiązywaniu problemów poznawczych i praktycznych oraz zasięgania opinii ekspertów w przypadku trudności z samodzielnym rozwiązaniem problemu 	MDIMW1P_K02; MDIMW1P_K03

P6S_KO	<ul style="list-style-type: none"> – wypełniania zobowiązań społecznych, współorganizowania działalności na rzecz środowiska społecznego – inicjowania działań na rzecz interesu publicznego – myślenia i działania w sposób przedsiębiorczy 	MDIMW1P_K01; MDIMW1P_K02
P6S_KR	<ul style="list-style-type: none"> – odpowiedzialnego pełnienia ról zawodowych, w tym: <ul style="list-style-type: none"> • przestrzegania zasad etyki zawodowej i wymagania tego od innych, • dbałości o dorobek i tradycje zawodu 	MDIMW1P_K01; MDIMW1P_K03

III. Plan studiów

1. Struktura planu studiów

Lp.	Moduły	Liczba godz. studia stacjonarne				Liczba godz. studia niestacjonarne			
		Ogół.	wyk.	ćw.	p/e/prak.	Ogół.	wyk.	ćw.	p/e/prak.
1	Moduły kształcenia podstawowego	530	270	224	36	346	162	148	36
2	Moduły kształcenia kierunkowego	470	84	380	6	262	60	196	0
3	Moduły przygotowania pracy dyplomowej	66	0	66	0	28	0	28	0
4	Moduły kształcenia w zakresie kultury fizycznej	60	0	60	0	0	0	0	0
5	Moduły kształcenia językowego	252	0	72	180	228	0	48	180
6	Moduły kształcenia wybieralnego / specjalnościowego	396	32	396	0	210	0	210	0
7	Moduły praktyk kierunkowych	240	2	10	228	240	2	10	228
8	Moduły praktyk specjalnościowych	720	6	30	684	720	6	30	684
OGÓŁEM:		2734	362	1238	1 134	2034	230	670	1134

2. Stosowane metody dydaktyczne oraz sposoby weryfikacji i oceny efektów uczenia się osiągniętych przez studenta w trakcie całego cyklu kształcenia

Program studiów na kierunku *media design i marketing wizerunkowy* został opracowany w oparciu o metody dydaktyczne, które sprzyjają osiągnięciu założonych efektów uczenia się, jak i priorytetowego celu kształcenia, jakim jest przygotowanie studentów do podjęcia pracy zawodowej.

Student ma możliwość zdobycia nowej, specjalistycznej wiedzy oraz spotkania się z przedstawicielami dziedziny nauk o komunikacji społecznej i mediach, jak również wykwalifikowanymi praktykami z branży marketingowej w trakcie wykładów oraz zajęć ćwiczeniowych i laboratoriów. Dodatkowo, nauczyciele akademicy oraz tutorzy dostępni są dla studentów w trakcie cotygodniowych konsultacji, które umożliwiają rozwiązywanie indywidualnych problemów oraz realizację indywidualnych toków studiów. Zarówno zajęcia, jak i spotkania konsultacyjne z nauczycielami akademickimi, dają szansę na rozwój profesjonalnych umiejętności, niezbędnych w codziennej praktyce zawodowej.

W procesie kształcenia studentów kierunku *media design i marketing wizerunkowy* wykorzystywane są metody podające (wykłady), problemowe (dyskusje, *case studies*), eksponujące (prezentacje multimedialne) oraz praktyczne (projekty), rozwijające umiejętności, niezbędne przy realizacji strategii komunikacyjnych i marketingowych, pozwalające na podjęcie pracy zawodowej po skończeniu studiów. Metody aktywizujące podczas ćwiczeń przedmiotowych służą kształtowaniu umiejętności twórczego wykorzystania wiedzy w samodzielnym projektowaniu i realizowaniu indywidualnych projektów. Efekty uczenia się osiągnięte są tu m.in. dzięki pracy zespołowej, podczas której studenci realizują poszczególne zadania w niewielkich grupach.

Kształtują w ten sposób swoje umiejętności organizacyjne i przywódcze, jak też kompetencje interpersonalne. Wybór metod podyktowany był potrzebą prowadzenia procesu kształcenia studentów w taki sposób, aby stwarzał warunki do zaangażowanego i aktywnego ich udziału w pracę na zajęciach.

Karty przedmiotów definiują przedmiotowe efekty uczenia się, które należy osiągnąć, aby program studiów został zrealizowany. Efekty uczenia się dla poszczególnych przedmiotów są mierzalne i weryfikowalne. W ramach każdego z wykorzystywanych narzędzi nauczyciel akademicki ustala kryteria oraz sposób oceny, czy dany efekt uczenia się został osiągnięty przez studenta.

Osiągane efekty uczenia się w zakresie wiedzy weryfikowane są poprzez testy, kolokwia i egzaminy, które mogą mieć charakter pisemny lub ustny. Umiejętności weryfikowane są poprzez ocenę aktywności na zajęciach, merytoryczny udział w dyskusji, projekty indywidualne oraz grupowe, prezentacje multimedialne, czy opracowania *case studies*. Efekty uczenia się w zakresie kompetencji społecznych weryfikowane są poprzez ocenę merytorycznej aktywności na zajęciach, ocenę pracy zespołowej przy realizacji projektów, ocenę prezentacji wyników projektu lub opracowania grupowego.

Praca dyplomowa (licencjacka) przygotowывается jest pod kierunkiem promotora, z którym student ma możliwość spotykać się na seminariach dyplomowych. Na kierunku *media design i marketing wizerunkowy* praca dyplomowa może mieć charakter projektowy i może stanowić portfolio absolwenta podczas jego wejścia na rynek pracy. Praca dyplomowa oraz egzamin dyplomowy weryfikują założone efekty uczenia się w zakresie wiedzy oraz umiejętności, pozwalających wykorzystać zdobytą wiedzę w praktyce.

Praktyki zawodowe pozwalają studentom na zapoznanie się ze środowiskiem branżowym oraz podstawowymi zadaniami na wybranym przez siebie stanowisku. Dzięki pozyskanej możliwości odbycia praktyk zawodowych w firmach i instytucjach, zajmujących się marketingiem bądź posiadających działy marketingowe, studenci mają możliwość sprawdzenia swoich umiejętności w zakresie realizacji zadań praktycznych i wykorzystania zdobytej podczas ćwiczeń oraz wykładów wiedzy w prawdziwym środowisku pracy.

3. Wykaz przedmiotów do wyboru pozwalających na stwierdzenie, że program kształcenia umożliwia studentowi wybór modułów w wymiarze nie mniejszym niż 30% punktów ECTS

Program studiów umożliwia studentowi wybór modułów kształcenia, do których przypisuje się punkty ECTS w wymiarze nie mniejszym niż 30% liczby punktów ECTS. Do modułów wybieralnych należą moduły wskazane poniżej.

Specjalność	Liczba punktów ECTS	
	Studia stacjonarne	Studia niestacjonarne
Moduły kształcenia językowego	12	12
Moduły kształcenia wybieralnego / specjalnościowego:	37	37
Branding i zarządzanie marką		
UX Design		
Grafika i multimedia		
Komunikacja wizerunkowa i reklama z elementami AI		
Marketing i social media w biznesie		
Moduły praktyk specjalnościowych	38	38
łącznie	87	87

Informacja o proponowanych modułach kształcenia wybieralnego / specjalnościowego oferowanych w danym cyklu kształcenia:

- **Branding i zarządzanie marką** – moduł kształtuje kompetencje badawcze, strategiczne i kreatywne w procesie budowania marki oraz zarządzania marką. Specjalność pozwala absolwentom na kompleksowe zarządzanie marką i jej komunikacją, dając szeroki wachlarz możliwości zatrudnienia po zakończeniu studiów.

- **UX Design** – moduł kształtuje kompetencje w zakresie projektowania interakcji człowieka z systemami cyfrowymi, analizy doświadczeń użytkowników oraz testowania i optymalizacji użyteczności. Specjalność przygotowuje studentów do pracy nad intuicyjnymi i dostępnymi rozwiązaniami cyfrowymi, łącząc umiejętności badawcze, projektowe i technologiczne w dynamicznym środowisku UX.
- **Grafika i multimedia** – moduł kształtuje umiejętności projektowania graficznego, tworzenia treści multimedialnych, wykorzystywania narzędzi graficznych i obsługi technicznego oprogramowania. Specjalność dedykowana jest osobom zainteresowanym pracą w branży projektowania graficznego, multimediiów, reklamy, animacji, web designu i interaktywnych mediów.
- **Komunikacja wizerunkowa i reklama z elementami AI** – moduł przeznaczony jest dla osób zainteresowanych budowaniem wizerunku marek, projektowaniem kampanii reklamowych, oceną efektywności formatów. Specjalność kształtuje umiejętność skutecznego zarządzania komunikacją korporacyjną i tworzenia strategii niezbędnych do budowania pozytywnego wizerunku marki na rynku wykorzystując elementy technologii AI.
- **Marketing i social media w biznesie** – moduł kształtuje umiejętności strategicznego planowania marketingowego, wykorzystywania mediów społecznościowych, kreowania treści oraz analizy i pomiaru skuteczności działań w celu świadomego zarządzania strategiami i kampaniami. Specjalność pozwala studentom rozwijać się w obszarach z marketingu i mediów, zdobywają praktyczne umiejętności i stają się konkurencyjni w biznesie.

4. Wymiar, zasady i formy odbywania praktyk zawodowych

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 praktyki jest weryfikacja zdobytej w trakcie studiów wiedzy teoretycznej w środowisku praktycznym i biznesowym.

Zasadniczym celem praktyk jest:

- Poznanie Instytucji Przyjmującej na praktykę oraz zaznajomienie się studenta/ki ze specyfiką pracy w tej instytucji;
- Umożliwienie zastosowania w praktyce wiedzy i umiejętności, zdobywanych podczas zajęć na uczelni;
- Pozyskiwanie i rozwijanie nowoczesnych kompetencji zawodowych;
- Realizacja efektów kształcenia w zakresie wiedzy, umiejętności i kompetencji społecznych, przypisanych do praktyk na studiach I stopnia, zgodnie z Kartą Praktyki;
- Przygotowanie studentów/ek do podjęcia pracy w instytucjach, związanych ze studiowaną specjalnością.

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

- Agencje reklamowe i interaktywne;
- Agencje public relations;
- Agencje badawcze;
- Działy marketingu, PR i promocji firm i instytucji;
- Działy analiz firm i instytucji;
- Studia projektowania aplikacji mobilnych i interfejsów graficznych;
- Stanowiska: specjalista ds. social mediów, specjalista z zakresu e-PR, graphic designer, content manager, content designer, specjalista z zakresu szkoleń internetowych, User Interface i User Experience designer, brand manager, specjalista ds. reklamy, analityk mediów itp.;
- inne instytucje po uzgodnieniu z Uczelnianym Opiekunem Praktyk.

Praktyki studenckie mogą w wyżej wymienionych firmach i instytucjach być realizowane zdalnie, z wykorzystaniem narzędzi audio-wizualnych, pozwalających na stały kontakt studenta z Opiekunem Praktyk w Instytucji Przyjmującej. Warunkiem do zdalnego odbycia praktyk jest możliwość wykazania w Dzienniku Praktyk, że zostały osiągnięte zakładane efekty uczenia się.

3. Czas trwania praktyk i miejsce ich odbywania

Studenti/cki studiów pierwszego stopnia odbywają praktyki zgodnie z harmonogramem studiów:

Rok studiów, semestr	Czas trwania praktyki	Uszczegółowienie	Zakładane efekty uczenia się:
I rok, 2 semestr	240 godzin dydaktycznych / 180 godzin zegarowych (6 tygodni)	Praktyka zawodowa I Wprowadzenie do praktyk – 2 godziny dydaktyczne Ewaluacja praktyk – 10 godzin dydaktycznych Praktyka w Instytucji Przyjmującej – 228 godzin dydaktyczne	<p>a) w zakresie wiedzy student/ka:</p> <ul style="list-style-type: none"> – zna wybraną instytucję lub przedsiębiorstwo oraz specyfikę jego działania na rynku mediów interaktywnych, – zna proces realizacji produktu lub usługi specyficzny dla instytucji, w której realizowana jest praktyka <p>b) w zakresie umiejętności student/ka:</p> <ul style="list-style-type: none"> – potrafi realizować zadania, opierając się na warunkach czasu pracy, zasobach ludzkich i materiałowych firm i instytucji, w których realizowana jest praktyka, – posługuje się odpowiednim oprogramowaniem, używanym w firmie lub instytucji odbywania praktyk, – stosuje się do przepisów bezpieczeństwa pracy, specyficznych dla firmy lub instytucji odbywania praktyki <p>c) w zakresie kompetencji społecznych student/ka:</p> <ul style="list-style-type: none"> – terminowo wywiązuje się ze zobowiązań nakładanych przez opiekuna praktyki, – właściwie określa priorytety, służące realizacji projektu, istotne z punktu widzenia firmy lub instytucji odbywania praktyk
II rok, 3 semestr	240 godzin dydaktycznych / 180 godzin zegarowych (6 tygodni)	Praktyka zawodowa II Wprowadzenie do praktyk – 2 godziny dydaktyczne Ewaluacja praktyk – 10 godzin dydaktycznych Praktyka w Instytucji Przyjmującej – 228 godzin dydaktyczne	<p>a) w zakresie wiedzy student/ka:</p> <ul style="list-style-type: none"> – zna wybraną instytucję lub przedsiębiorstwo oraz specyfikę jego działania na rynku mediów interaktywnych, – zna proces realizacji produktu lub usługi specyficzny dla instytucji, w której realizowana jest praktyka <p>b) w zakresie umiejętności student/ka:</p> <ul style="list-style-type: none"> – potrafi realizować zadania, opierając się na warunkach czasu pracy, zasobach ludzkich i materiałowych firm i instytucji, w których realizowana jest praktyka, – posługuje się odpowiednim oprogramowaniem, używanym w firmie lub instytucji odbywania praktyk, – stosuje się do przepisów bezpieczeństwa pracy, specyficznych dla firmy lub instytucji odbywania praktyki <p>c) w zakresie kompetencji społecznych student/ka:</p> <ul style="list-style-type: none"> – terminowo wywiązuje się ze zobowiązań nakładanych przez opiekuna praktyki, – właściwie określa priorytety, służące realizacji projektu, istotne z punktu widzenia firmy lub instytucji odbywania praktyk
II rok,	240 godzin	Praktyka zawodowa III	a) w zakresie wiedzy student/ka:

4 semestr	dydaktycznych / 180 godzin zegarowych (6 tygodni)	Wprowadzenie do praktyk – 2 godziny dydaktyczne Ewaluacja praktyk – 10 godzin dydaktycznych Praktyka w Instytucji Przyjmującej – 228 godziny dydaktyczne	<ul style="list-style-type: none"> – zna wybraną instytucję lub przedsiębiorstwo oraz specyfikę jego działania na rynku mediów interaktywnych, – zna proces realizacji produktu lub usługi specyficzny dla instytucji, w której realizowana jest praktyka b) w zakresie umiejętności student/ka: <ul style="list-style-type: none"> – potrafi realizować zadania, opierając się na warunkach czasu pracy, zasobach ludzkich i materiałowych firm i instytucji, w których realizowana jest praktyka, – posługuje się odpowiednim oprogramowaniem, używanym w firmie lub instytucji odbywania praktyk, – stosuje się do przepisów bezpieczeństwa pracy, specyficznych dla firmy lub instytucji odbywania praktyki c) w zakresie kompetencji społecznych student/ka: <ul style="list-style-type: none"> – terminowo wywiązuje się ze zobowiązań nakładanych przez opiekuna praktyki, – właściwie określa priorytety, służące realizacji projektu, istotne z punktu widzenia firmy lub instytucji odbywania praktyk
III rok, 5 semestr	240 godzin dydaktycznych / 180 godzin zegarowych (6 tygodni)	Praktyka zawodowa IV Wprowadzenie do praktyk – 2 godziny dydaktyczne Ewaluacja praktyk – 10 godzin dydaktycznych Praktyka w Instytucji Przyjmującej – 228 godziny dydaktyczne	a) w zakresie wiedzy student/ka: <ul style="list-style-type: none"> – zna wybraną instytucję lub przedsiębiorstwo oraz specyfikę jego działania na rynku mediów interaktywnych, – zna proces realizacji produktu lub usługi specyficzny dla instytucji, w której realizowana jest praktyka b) w zakresie umiejętności student/ka: <ul style="list-style-type: none"> – potrafi realizować zadania, opierając się na warunkach czasu pracy, zasobach ludzkich i materiałowych firm i instytucji, w których realizowana jest praktyka, – posługuje się odpowiednim oprogramowaniem, używanym w firmie lub instytucji odbywania praktyk, – stosuje się do przepisów bezpieczeństwa pracy, specyficznych dla firmy lub instytucji odbywania praktyki c) w zakresie kompetencji społecznych student/ka: <ul style="list-style-type: none"> – terminowo wywiązuje się ze zobowiązań nakładanych przez opiekuna praktyki, – właściwie określa priorytety, służące realizacji projektu, istotne z punktu widzenia firmy lub instytucji odbywania praktyk

4. Harmonogram odbywania praktyki:

Harmonogram odbywania praktyki student/ka ustala z Opiekunem Praktyki z ramienia Instytucji Przyjmującej na praktykę.

Indywidualny harmonogram zależy od godzin pracy instytucji, możliwości Opiekuna Praktyki oraz studenta/ki.

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 potwierdzane są efekty 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 we Wrocławiu określona jest w Zarządzeniu Dziekana Wydziału Studiów Stosowanych we Wrocławiu Uniwersytetu DSW Ideis we Wrocławiu.

IV. Dodatkowe dokumenty do programu studiów

1. System ECTS

Zasady przypisywania punktów ECTS do przedmiotów zostały określone zgodnie z Ustawą Prawo o szkolnictwie wyższym i nauce z 20 lipca 2018 r. (ze zmianami) i aktami wykonawczymi.

Liczbę punktów ECTS przypisaną do poszczególnych przedmiotów określonych w programie studiów zatwierdza Senat uczelni podejmując stosowną uchwałę w sprawie przyjęcia planów i programów studiów na dany rok akademicki. W przypisywaniu punktów poszczególnym przedmiotom kierowano się zasadą, iż wymiar punktów musi uwzględniać rzeczywisty nakład pracy studenta. Przyjęto, że 1 punkt ECTS odpowiada około 25 godzinom pracy studenta.

Wartość punktów ECTS dla danego przedmiotu odzwierciedla średni nakład pracy studenta niezbędny do uzyskania zakładanych efektów uczenia się. Nakład ten jest sumą godzin zajęć z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich lub innych osób prowadzących zajęcia i studentów (godziny kontaktowe) oraz godzin pracy samodzielnej studenta. Zgodnie z tą zasadą przydzielono punkty ECTS na poszczególne formy procesu dydaktycznego składające się na realizację efektów uczenia się danego przedmiotu, takich jak wykłady, ćwiczenia, konwersatorium, lektoraty, seminaria, projekty, e-learning i praca własna studenta. Uwzględniono również punkty ECTS realizowane przez bezpośredni kontakt nauczyciela akademickiego w formie egzaminów, zaliczeń, konsultacji oraz prac dodatkowych wykonywanych przez studentów pod nadzorem nauczyciela akademickiego. Nakład pracy własnej studenta przypadającej na dany przedmiot (a w konsekwencji liczba punktów ECTS za pracę własną studenta) jest wypadkową szeregu czynników istotnych dla osiągnięcia zakładanych efektów uczenia się i jest wynikiem analizy stopnia trudności związanego z zakładanymi efektami uczenia się przypisanymi do przedmiotu, a także konsultacji z wykładowcami prowadzącymi poszczególne przedmioty. Dla określenia średniego nakładu pracy własnej studenta w danym przedmiocie brany jest także pod uwagę kontekst w jakim ten przedmiot występuje w programie studiów – czy zdobycie efektów uczenia się przypisanych do przedmiotu wymaga wcześniejszego zaliczenia innych przedmiotów lub posiadania innego zasobu wiedzy lub umiejętności.

Przypisane w ten sposób punkty ECTS do przedmiotów są takie same w przypadku studiów stacjonarnych i niestacjonarnych, ale inne są składniki, z jakich te punkty zostały uzyskane. W ramach studiów niestacjonarnych zostało zaplanowane mniej godzin kontaktowych, więc aby uzyskać takie same efekty uczenia się jak na studiach stacjonarnych, potrzebna jest większa ilość pracy własnej studenta.

Projektując system przypisywania punktów ECTS uwzględniono doświadczenia uczelni zagranicznych, z którymi współpracuje Uczelnia. Stosowanie systemu przypisywania punktów ECTS w sposób zbliżony do uczelni partnerskich ułatwia mobilność studentów w Europejskim Obszarze Szkolnictwa Wyższego.

Zgodnie z *Uchwałą nr 13/2023 Senatu Dolnośląskiej Szkoły Wyższej z siedzibą we Wrocławiu z dnia 24 lutego 2023 roku w sprawie wytycznych do programów studiów obowiązujących od roku akademickiego 2023/2024* w programie studiów przyjmuje się, że liczba punktów ECTS w wymiarze rocznym wynosić powinna 60 punktów ECTS, a różnice między semestrami nie były większe niż 5 punktów, co ułatwi zaliczanie semestrów studentom decydującym się w przyszłości na wyjazdy w ramach programu ERASMUS Mobility. Ponadto przyjmuje się, że przelicznik nakładu pracy studenta na 1 punkt ECTS wynosi 25 godzin.

Wymiar godzin dla programu określa się według następującej zasady: liczba punktów ECTS określona dla programu studiów x 25 h = wymiar godzin przewidzianych dla programu studiów (suma godzin dla całości programu – godziny z udziałem nauczyciela akademickiego oraz innych osób prowadzących zajęcia dydaktyczne, godziny zajęć bez udziału nauczycieli akademickich oraz godziny za pracę własną studenta). Dla studiów stacjonarnych wymiar godzin kontaktowych (i punktów ECTS) nie może być mniejszy niż 50% określonych dla programu studiów. Zaokrąglenia punktów ECTS dokonuje się: w planie do 0,5 pkt. ECTS; w macyry wskaźników ECTS do 0,1 pkt. ECTS.

Przypisywanie punktów za zajęcia kształtujące umiejętności praktyczne ustala się według zasad:

a) Punkty wynikające za zajęcia realizowane w formie ćwiczeń, konwersatoriów, laboratoriów, lektoratów, warsztatów, seminariów, zajęcia terenowe, czy praktyki;

plus

b) Punkty za pracę własną w tej samej proporcji jak udział punktów z zajęć kształtujących umiejętności praktyczne w stosunku do ogólnej liczby punktów przypisanych do danego przedmiotu.

Inaczej mówiąc punkty za zajęcia kształtujące umiejętności praktyczne (w formie ćwiczeń, konwersatoriów, laboratoriów, lektoratów, warsztatów, seminariów, zajęcia terenowe, czy praktyki) oblicza się jako iloczyn liczby ECTS dla przedmiotu oraz udziału tych zajęć w ogólnej liczbie godzin przedmiotu.

2. Treści modułów kształcenia na kierunku

Nazwa modułu	Treści modułu
Moduły kształcenia podstawowego	Kompetencje przyszłości I Kompetencje przyszłości II Kompetencje przyszłości III Szkolenie wstępne z zakresu BHP Wstęp do nauki o komunikowaniu Historia mediów wizualnych i sieciowych Podstawy projektowania graficznego Historia sztuki i designu Kompetencja językowa - kultura języka Socjologia mediów Sztuka perswazji Kompetencja językowa - creative writing i copywriting Współczesne rynki medialne Podstawy zarządzania Podstawy przedsiębiorczości Prawo autorskie i prawo własności intelektualnej Problemy współczesnego świata
Moduły kształcenia kierunkowego	Metody prezentacji osobistej i kreowanie wizerunku Komunikacja wizualna Corporate Identity & Branding

	Modele biznesowe Facebook i Google Warsztat grafiki 2d Web design z elementami responsive i mobile design Komunikacja interpersonalna i międzykulturowa Podstawy projektowania dźwięku Warsztat fotografii reklamowej i kreatywnej Video Marketing Warsztat public relations Projektowanie badań Wizualizacja danych i infoestetyka Warsztat eye-trackingu
Moduły kształcenia językowego	Język obcy I, II, III (język angielski, język niemiecki)
Moduły przygotowania pracy dyplomowej	Seminarium dyplomowe I; Seminarium dyplomowe II
Moduł praktyk kierunkowych	Praktyka zawodowa I – realizowana w instytucji zgodnie z regulaminem i programem praktyk na kierunku
Moduły praktyk specjalnościowych	Praktyka zawodowa II, III, IV – realizowana w instytucji zgodnie z regulaminem i programem praktyk na kierunku
Moduły kształcenia wybieralnego (kształcenie w zakresie) Branding i zarządzanie marką	Corporate design i graficzna komunikacja marki Estetyka i design Strategia marki Camera & Image - fotografia wizerunkowa Reklama i komunikowanie marki Content Marketing & Storytelling Social Media Marketing Badania wizerunku marki Brand Design Project Management Influencer marketing i personal branding Design opakowań i produktów Camera & Image - film wizerunkowy
Moduły kształcenia wybieralnego (kształcenie w zakresie) UX Design	Psychologia percepcji i behawioralna w UX Interakcja człowiek-komputer (HCI) Podstawy programowania dla projektantów UX Badania użytkowników i analiza danych UX Projektowanie interfejsów i prototypowanie Testowanie użyteczności: metody i narzędzia Projektowanie dostępnych doświadczeń cyfrowych (Accessibility UX) Narracja wizualna i mikrointerakcje w designie Design systemy: tworzenie skalowalnych rozwiązań UX Zarządzanie projektami UX i współpraca w zespołach interdyscyplinarnych
Moduły kształcenia wybieralnego (kształcenie w zakresie) Grafika i multimedia	Nurty i trendy w grafice Projektowanie stron i serwisów internetowych Psychologia i psychofizjologia widzenia Cyfrowa edycja zdjęć Systemy identyfikacji wizualnej Warsztat dźwięku

	Komunikacja multimedialna Produkcja, edycja i montaż wideo Animacja klasyczna i cyfrowa (2D) Projektowanie i animacje graficzne Warsztat motion capture Podstawy tworzenia gier komputerowych
Moduły kształcenia wybieralnego (kształcenie w zakresie) Komunikacja wizerunkowa i reklama z elementami AI	Marketing i PR - definicje, techniki, narzędzia Warsztaty brandingowe Projektowanie komunikacji z wykorzystaniem AI Projektowanie kampanii reklamowej z wykorzystaniem AI Realizacja dźwięku Projektowanie identyfikacji wizualnej Branżowe warsztaty telewizyjne i filmowe Design wizualizacji z wykorzystaniem AI Komunikacja w organizacji Komunikacja marketingowa
Moduły kształcenia wybieralnego (kształcenie w zakresie) Marketing i social media w biznesie	Design Thinking Kreowanie marki i wizerunku przedsiębiorstwa Psychologia społeczna w marketingu i reklamie Społeczna odpowiedzialność biznesu Trendy w technologiach internetowych Trening kompetencji menedżerskich Badania marketingowe i monitorowanie rynku SEO/SEM Zarządzanie projektami Tworzenie strategii internetowych i mobilnych Media relations i publicity Zarządzanie relacjami z klientami (CRM) Marketing międzynarodowy

3. Załączniki do programu studiów

- Załącznik 1. Plany studiów**
Załącznik 2. Macierz efektów uczenia się
Załącznik 3. Sumaryczne wskaźniki ECTS
Załącznik 4. Karty przedmiotów

Wydział: Wydział Studiów Stosowanych we Wrocławiu
Kierunek: Media design i marketing wizerunkowy
Moduł wybieralny: Branding i zarządzanie marką
Stopień kształcenia: studia pierwszego stopnia
Forma studiów: niestacjonarna
Profil: praktyczny

Czas trwania:
Obowiązuje od roku akademickiego:

6 semestrów
 2026/2027

Moduły kształcenia specjalnościowego

Lp.	Kod przedmiotu	Nazwa przedmiotu/modułu kształcenia	E/O/ZAL	ECTS	Liczba godz.				Semestr																	
									sem. 1			sem. 2			sem. 3			sem 4			sem. 5			sem. 6		
					Ogól.	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e
1	N1-62-CORDESGKM-3	Corporate design i graficzna komunikacja marki	O	2,5	16	0	16	0								16										
2	N1-62-ESTDES-3	Estetyka i design	O	2	24	0	24	0							24											
3	N1-62-STRMAR-3	Strategia marki	O	2	16	0	16	0							16											
4	N1-62-CAMIMFOTW-4	Camera & Image - fotografia wizerunkowa	O	4,5	16	0	16	0										16								
5	N1-62-REKKOMM-4	Reklama i komunikowanie marki	O	4	16	0	16	0										16								
6	N1-62-CONTMARK-5	Content Marketing & Storytelling	O	2	12	0	12	0														12				
7	N1-62-SMMA-5	Social Media Marketing	O	2	26	0	26	0														26				
8	N1-62-BADWIZM-5	Badania wizerunku marki	O	2	16	0	16	0														16				
9	N1-62-BRANDDES-6	Brand Design	O	4	12	0	12	0																12		
10	N1-62-PROJMAN-6	Project Management	O	4	12	0	12	0																12		
11	N1-62-INFLMARKPB-6	Influencer marketing i personal branding	O	3	16	0	16	0																16		
12	N1-62-DESOPPR-6	Design opakowań i produktów	O	3	12	0	12	0																12		
13	N1-62-CAMIMFILMW-6	Camera & Image - film wizerunkowy	O	3	16	0	16	0																16		
RAZEM:				38	210	0	210	0	0	0	0	0	0	0	0	56	0	0	32	0	0	54	0	0	68	

Moduły praktyk specjalnościowych

Lp.	Kod przedmiotu	Nazwa przedmiotu/modułu kształcenia	E/O/ZAL	ECTS	Liczba godz.				Semestr																	
									sem. 1			sem. 2			sem. 3			sem 4			sem. 5			sem. 6		
					Ogól.	WP	EW	prak.	WP	EW	prak.	WP	EW	prak.	WP	EW	prak.	WP	EW	prak.	WP	EW	prak.	WP	EW	prak.
1	N1-62-PRAKTZAW2-3	Praktyka zawodowa II	ZAL	9,5	240	2	10	228							2	10	228									
2	N1-62-PRAKTZAW3-4	Praktyka zawodowa III	ZAL	9,5	240	2	10	228										2	10	228						
3	N1-62-PRAKTZAW4-5	Praktyka zawodowa IV	ZAL	9,5	240	2	10	228										2	10	228						
RAZEM:				28,5	720	6	30	684	0	0	0	0	0	0	2	10	228	2	10	228	2	10	228	0		

Podsumowanie

Godziny

Lp.	Moduły	Liczba godz.				Semestr																	
						sem. 1			sem. 2			sem. 3			sem 4			sem. 5			sem. 6		
		Ogól.	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e
1	Moduły kształcenia podstawowego	346	162	148	36	66	50	4	48	62	32	12	12	0	24	12	0	12	12	0	0	0	0
2	Moduły kształcenia kierunkowego	262	60	196	6	12	40	0	12	42	0	24	24	0	0	36	6	12	26	0	0	28	0
3	Moduły dyplomowe	28	0	28	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	14	0	0	14	0
4	Moduły kształcenia językowego	228	0	48	180	0	0	0	0	0	0	0	16	60	0	16	60	0	16	60	0	0	0
5	Moduły kształcenia w zakresie kultury fizycznej	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
6	Moduły kształcenia specjalnościowego	210	0	210	0	0	0	0	0	0	0	0	56	0	0	32	0	0	54	0	0	68	0
Ogółem bez praktyk		1074	222	630	222	78	90	4	60	104	32	36	108	60	24	96	66	24	122	60	0	110	0
Moduły praktyk		Ogól.	WP	EW	prak.	WP	EW	prak.	WP	EW	prak.	WP	EW	prak.	WP	EW	prak.	WP	EW	prak.	WP	EW	prak.
7	Moduły praktyk kierunkowych	240	2	10	228	0	0	0	2	10	228	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
8	Moduły praktyk specjalnościowych	720	6	30	684	0	0	0	0	0	0	2	10	228	2	10	228	2	10	228	0	0	0
Ogółem praktyki		960	8	40	912	0	0	0	2	10	228	2	10	228	2	10	228	2	10	228	0	0	0
OGÓŁEM:		2034				172			436			444			426			446			110		

Punkty ECTS

Lp.		Liczba punktów	Semestr					
			sem. 1	sem. 2	sem. 3	sem 4	sem. 5	sem. 6
1	Moduły kształcenia podstawowego	42,5	19	13,5	4	4	2	0
2	Moduły kształcenia kierunkowego	39,5	11	7	4	6	4,5	7
3	Moduły dyplomowe	10,0	0	0	0	0	4	6
4	Moduły kształcenia językowego	12,0	0	0	4	4	4	0
5	Moduły kształcenia w zakresie kultury fizycznej	0,0	0	0	0	0	0	0
6	Moduły kształcenia specjalnościowego	38,0	0	0	6,5	8,5	6	17
Ogółem bez praktyk		142	30	20,5	18,5	22,5	20,5	30
7	Moduły praktyk kierunkowych	9,5	0	9,5	0	0	0	0
8	Moduły praktyk specjalnościowych	28,5	0	0	9,5	9,5	9,5	0
Ogółem praktyki		38	0	9,5	9,5	9,5	9,5	0
OGÓŁEM:		180	30	30	28	32	30	30

Liczba godzin bez praktyk w Instytucji, zajęć e-learningowych i projektów	900
Liczba godzin zajęć e-learningowych i projektów	222
Liczba godzin praktyk w Instytucji	912
Łączna liczba godzin w programie	2034

Punkty ECTS

Lp.		Liczba punktów	Semestr					
			sem. 1	sem. 2	sem. 3	sem 4	sem. 5	sem. 6
1	Moduły kształcenia podstawowego	42,5	19	13,5	4	4	2	0
2	Moduły kształcenia kierunkowego	39,5	11	7	4	6	4,5	7
3	Moduły dyplomowe	10	0	0	0	0	4	6
4	Moduły kształcenia językowego	12	0	0	4	4	4	0
5	Moduły kształcenia w zakresie kultury fizycznej	0	0	0	0	0	0	0
6	Moduły kształcenia specjalnościowego	38	0	0	6,5	8,5	6	17
Ogółem bez praktyk		142	30	20,5	18,5	22,5	20,5	30
7	Moduły praktyk kierunkowych	9,5	0	9,5	0	0	0	0
8	Moduły praktyk specjalnościowych	28,5	0	0	9,5	9,5	9,5	0
Ogółem praktyki		38	0	9,5	9,5	9,5	9,5	0
OGÓŁEM:		180	30	30	28	32	30	30

Liczba godzin bez praktyk w Instytucji, zajęć e-learningowych i projektów	900
Liczba godzin zajęć e-learningowych i projektów	222
Liczba godzin praktyk w Instytucji	912
Łączna liczba godzin w programie	2034

		Punkty ECTS						
Lp.		Liczba punktów	Semestr					
			sem. 1	sem. 2	sem. 3	sem 4	sem. 5	sem. 6
1	Moduły kształcenia podstawowego	42,5	19	13,5	4	4	2	0
2	Moduły kształcenia kierunkowego	39,5	11	7	4	6	4,5	7
3	Moduły dyplomowe	10	0	0	0	0	4	6
4	Moduły kształcenia językowego	12	0	0	4	4	4	0
5	Moduły kształcenia w zakresie kultury fizycznej	0	0	0	0	0	0	0
6	Moduły kształcenia specjalnościowego	38	0	0	6,5	8,5	6	17
Ogółem bez praktyk		142	30	20,5	18,5	22,5	20,5	30
7	Moduły praktyk kierunkowych	9,5	0	9,5	0	0	0	0
8	Moduły praktyk specjalnościowych	28,5	0	0	9,5	9,5	9,5	0
Ogółem praktyki		38	0	9,5	9,5	9,5	9,5	0
OGÓŁEM:		180	30	30	28	32	30	30

Liczba godzin bez praktyk w Instytucji, zajęć e-learningowych i projektów	900
Liczba godzin zajęć e-learningowych i projektów	222
Liczba godzin praktyk w Instytucji	912
Łączna liczba godzin w programie	2034

Wydział: Wydział Studiów Stosowanych we Wrocławiu
Kierunek: Media design i marketing wizerunkowy
Moduł wybieralny: Marketing i social media w biznesie
Stopień kształcenia: studia pierwszego stopnia
Forma studiów: niestacjonarna
Profil: praktyczny

Czas trwania:
Obowiązuje od roku akademickiego:

6 semestrów
 2026/2027

Moduły kształcenia specjalnościowego

Lp.	Kod przedmiotu	Nazwa przedmiotu/modułu kształcenia	E/O/ZAL	ECTS	Liczba godz.			Semestr																	
								sem. 1			sem. 2			sem. 3			sem 4			sem. 5			sem. 6		
					Ogół.	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.
1	N1-62-DESTHI-3	Design Thinking	O	2,5	12	0	12	0																	
2	N1-62-KREOMWP-3	Kreowanie marki i wizerunku przedsiębiorstwa	O	2	12	0	12	0																	
3	N1-62-PSYSPMR-3	Psychologia społeczna w marketingu i reklamie	O	2	24	0	24	0																	
4	N1-62-SPODBI-4	Społeczna odpowiedzialność biznesu	O	3	16	0	16	0																	
5	N1-62-TRETEIN-4	Trendy w technologiach internetowych	O	2,5	16	0	16	0																	
6	N1-62-TRKOME-4	Trening kompetencji menedżerskich	O	3	16	0	16	0																	
7	N1-62-BAMAMO-5	Badania marketingowe i monitorowanie rynku	O	2	26	0	26	0																	
8	N1-62-SEOSEM-5	SEO/SEM	O	2	16	0	16	0																	
9	N1-62-ZARPRO-5	Zarządzanie projektami	O	2	16	0	16	0																	
10	N1-62-TWSTINMO-6	Tworzenie strategii internetowych i mobilnych	O	5	16	0	16	0																	
11	N1-62-MEREP-6	Media relations i publicity	O	4	16	0	16	0																	
12	N1-62-ZAREKLI-6	Zarządzanie relacjami z klientami (CRM)	O	4	12	0	12	0																	
13	N1-62-MARMIE-6	Marketing międzynarodowy	O	4	12	0	12	0																	
RAZEM:					38	210	0	210	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	

Moduły praktyk specjalnościowych

Lp.	Kod przedmiotu	Nazwa przedmiotu/modułu kształcenia	E/O/ZAL	ECTS	Liczba godz.			Semestr																	
								sem. 1			sem. 2			sem. 3			sem 4			sem. 5			sem. 6		
					Ogół.	WP	EW	prak.	WP	EW	prak.	WP	EW	prak.	WP	EW	prak.	WP	EW	prak.	WP	EW	prak.	WP	EW
1	N1-62-PRAKTZAW2-3	Praktyka zawodowa II	ZAL	9,5	240	2	10	228																	
2	N1-62-PRAKTZAW3-4	Praktyka zawodowa III	ZAL	9,5	240	2	10	228																	
3	N1-62-PRAKTZAW4-5	Praktyka zawodowa IV	ZAL	9,5	240	2	10	228																	
RAZEM:					28,5	720	6	30	684	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	

Podsumowanie

Godziny

Lp.	Moduły	Liczba godz.			Semestr																		
					sem. 1			sem. 2			sem. 3			sem 4			sem. 5			sem. 6			
		Ogół.	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e
1	Moduły kształcenia podstawowego	346	162	148	36	66	50	4	48	62	32	12	12	0	24	12	0	12	12	0	0	0	0
2	Moduły kształcenia kierunkowego	262	60	196	6	12	40	0	12	42	0	24	24	0	0	36	6	12	26	0	0	28	0
3	Moduły dyplomowe	28	0	28	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	14	0	0	14	0
4	Moduły kształcenia językowego	228	0	48	180	0	0	0	0	0	0	0	16	60	0	16	60	0	16	60	0	0	0
5	Moduły kształcenia w zakresie kultury fizycznej	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
6	Moduły kształcenia specjalnościowego	210	0	210	0	0	0	0	0	0	0	0	48	0	0	48	0	0	58	0	0	56	0
Ogółem bez praktyk		1074	222	630	222	78	90	4	60	104	32	36	100	60	24	112	66	24	126	60	0	98	0
Moduły praktyk		Ogół.	WP	EW	prak.	WP	EW	prak.	WP	EW	prak.	WP	EW	prak.	WP	EW	prak.	WP	EW	prak.	WP	EW	prak.
7	Moduły praktyk kierunkowych	240	2	10	228	0	0	0	2	10	228	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
8	Moduły praktyk specjalnościowych	720	6	30	684	0	0	0	0	0	0	2	10	228	2	10	228	2	10	228	0	0	0
Ogółem praktyki		960	8	40	912	0	0	0	2	10	228	2	10	228	2	10	228	2	10	228	0	0	0
OGÓŁEM:		2034			172			436			436			442			450			98			

Punkty ECTS

Lp.		Liczba punktów	Semestr					
			sem. 1	sem. 2	sem. 3	sem 4	sem. 5	sem. 6
1	Moduły kształcenia podstawowego	42,5	19	13,5	4	4	2	0
2	Moduły kształcenia kierunkowego	39,5	11	7	4	6	4,5	7
3	Moduły dyplomowe	10	0	0	0	0	4	6
4	Moduły kształcenia językowego	12	0	0	4	4	4	0
5	Moduły kształcenia w zakresie kultury fizycznej	0	0	0	0	0	0	0
6	Moduły kształcenia specjalnościowego	38	0	0	6,5	8,5	6	17
Ogółem bez praktyk		142	30	20,5	18,5	22,5	20,5	30
7	Moduły praktyk kierunkowych	9,5	0	9,5	0	0	0	0
8	Moduły praktyk specjalnościowych	28,5	0	0	9,5	9,5	9,5	0
Ogółem praktyki		38	0	9,5	9,5	9,5	9,5	0
OGÓŁEM:		180	30	30	28	32	30	30

Liczba godzin bez praktyk w Instytucji, zajęć e-learningowych i projektów	900
Liczba godzin zajęć e-learningowych i projektów	222
Liczba godzin praktyk w Instytucji	912
Łączna liczba godzin w programie	2034

		Punkty ECTS						
Lp.		Liczba punktów	Semestr					
			sem. 1	sem. 2	sem. 3	sem 4	sem. 5	sem. 6
1	Moduły kształcenia podstawowego	42,5	19	13,5	4	4	2	0
2	Moduły kształcenia kierunkowego	39,5	11	7	4	6	4,5	7
3	Moduły dyplomowe	10	0	0	0	0	4	6
4	Moduły kształcenia językowego	12	0	0	4	4	4	0
5	Moduły kształcenia w zakresie kultury fizycznej	0	0	0	0	0	0	0
6	Moduły kształcenia specjalnościowego	38	0	0	6,5	8,5	6	17
Ogółem bez praktyk		142	30	20,5	18,5	22,5	20,5	30
7	Moduły praktyk kierunkowych	9,5	0	9,5	0	0	0	0
8	Moduły praktyk specjalnościowych	28,5	0	0	9,5	9,5	9,5	0
Ogółem praktyki		38	0	9,5	9,5	9,5	9,5	0
OGÓŁEM:		180	30	30	28	32	30	30

Liczba godzin bez praktyk w Instytucji, zajęć e-learningowych i projektów	900
Liczba godzin zajęć e-learningowych i projektów	222
Liczba godzin praktyk w Instytucji	912
Łączna liczba godzin w programie	2034

Wydział: Wydział Studiów Stosowanych we Wrocławiu
Kierunek: Media design i marketing wizerunkowy
Stopień kształcenia: studia pierwszego stopnia
Forma studiów: stacjonarna
Profil: praktyczny
dyscyplina wiodąca: nauki o komunikacji społecznej i mediach 75%
dyscyplina uzupełniająca: nauki o zarządzaniu i jakości 25%

Czas trwania:
Obowiązuje od roku akademickiego:

6 semestrów
 2026/2027

Moduły kształcenia podstawowego

Lp.	Kod przedmiotu	Nazwa przedmiotu/modułu kształcenia	E/O/ZAL	ECTS	Liczba godz.				Semestr																	
					ogół.				sem. 1			sem. 2			sem. 3			sem. 4			sem. 5			sem. 6		
					ogół.	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e
1	S1-00-KOMPRZY1-1	Kompetencje przyszłości I	ZAL	2	16	0	16	0		16																
2	S1-00-KOMPRZY2-2	Kompetencje przyszłości II	ZAL	2	16	0	16	0					16													
3	S1-00-KOMPRZY3-3	Kompetencje przyszłości III	ZAL	2	16	0	16	0							16											
4	S1-00-BHP-1	Szkolenie wstępne z zakresu BHP	ZAL	0	4	0	0	4			4															
5	S1-62-WSTKOM-1	Wstęp do nauki o komunikowaniu	E	4	30	30	0	0	30																	
6	S1-62-HIMEWIS-1	Historia mediów wizualnych i sieciowych	E	3	30	30	0	0	30																	
7	S1-62-POPRGR-1	Podstawy projektowania graficznego	O	3	36	0	36	0		36																
8	S1-62-HISSZTID-1	Historia sztuki i designu	E	3	30	30	0	0	30																	
9	S1-62-KOMJEZKJ-1	Kompetencja językowa - kultura języka	O	4	38	16	22	0	16	22																
10	S1-62-SOCMED-2	Socjologia mediów	E	3	36	16	20	0				16	20													
11	S1-62-SZTPER-2	Sztuka perswazji	O	2,5	46	22	24	0				22	24													
12	S1-60-KOMPJEZCWC-2	Kompetencja językowa - creative writing i copywriting	O	2	34	16	18	0				16	18													
13	S1-62-WSPRYNMED-4	Współczesne rynki medialne	E	2	30	30	0	0										30								
14	S1-62-PODSTZARZ-2	Podstawy zarządzania	O	4	68	18	18	32			18	18	32													
15	S1-62-PODSPRZEDS-5	Podstawy przedsiębiorczości	O	2	36	16	20	0										16	20							
16	S1-62-PRAAIPWI-3	Prawo autorskie i prawo własności intelektualnej	E	2	30	30	0	0						30												
17	S1-62-PWS-4	Problemy współczesnego świata	O	2	34	16	18	0									16	18								
RAZEM:				42,5	530	270	224	36	106	74	4	72	96	32	30	16	0	46	18	0	16	20	0	0	0	

Moduły kształcenia kierunkowego

Lp.	Kod przedmiotu	Nazwa przedmiotu/modułu kształcenia	E/O/ZAL	ECTS	Liczba godz.				Semestr																	
					ogół.				sem. 1			sem. 2			sem. 3			sem. 4			sem. 5			sem. 6		
					ogół.	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e
1	S1-62-MPOIKW-1	Metody prezentacji osobistej i kreowanie wizerunku	O	3	30	0	30	0		30																
2	S1-62-KOMWI-1	Komunikacja wizualna	O	4	40	20	20	0	20	20																
3	S1-62-COVIDIBRAND-1	Corporate Identity & Branding	O	4	30	0	30	0		30																
4	S1-62-MOBIFAIGO-2	Modele biznesowe Facebook i Google	O	2	30	0	30	0				30														
5	S1-62-WARGRA2D-2	Warsztat grafiki 2D	O	3	36	0	36	0				36														
6	S1-62-WEBDESPO-2	Web design z elementami responsive i mobile design	O	2	36	16	20	0			16	20														
7	S1-62-KOMINTIMK-3	Komunikacja interpersonalna i międzykulturowa	O	2	36	16	20	0						16	20											
8	S1-62-PDSTPRDZ-3	Podstawy projektowania dźwięku	O	2	36	16	20	0						16	20											
9	S1-62-WAFOTREIKRE-4	Warsztat fotografii reklamowej i kreatywnej	O	3	36	0	30	6										30	6							
10	S1-62-VIMRKT-4	Video Marketing	O	3	34	0	34	0										34								
11	S1-62-WARPR-5	Warsztat public relations	O	2	30	0	30	0														30				
12	S1-62-PROBAD-5	Projektowanie badań	O	2,5	36	16	20	0										16	20							
13	S1-62-WIZDAIIE-6	Wizualizacja danych i infoestetyka	O	3	30	0	30	0																30		
14	S1-62-WAEYETR-6	Warsztat eye-trackingu	O	4	30	0	30	0																30		
RAZEM:				39,5	470	84	380	6	20	80	0	16	86	0	32	40	0	0	64	6	16	50	0	0	60	0

Moduły dyplomowe

Lp.	Kod przedmiotu	Nazwa przedmiotu/modułu kształcenia	E/O/ZAL	ECTS	Liczba godz.				Semestr																		
					ogół.				sem. 1			sem. 2			sem. 3			sem. 4			sem. 5			sem. 6			
					ogół.	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	
1	S1-62-SEMINDPL1-5	Seminarium dyplomowe I	O	4	30	0	30	0																			
2	S1-62-SEMINDPL2-6	Seminarium dyplomowe II	O	6	36	0	36	0														30			36		
RAZEM:				10	66	0	66	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	30	0	0	36	0

Wydział: Wydział Studiów Stosowanych we Wrocławiu
Kierunek: Media design i marketing wizerunkowy
Moduł wybieralny: Branding i zarządzanie marką
Stopień kształcenia: studia pierwszego stopnia
Forma studiów: stacjonarna
Profil: praktyczny

Czas trwania:
Obowiązuje od roku akademickiego:

6 semestrów
 2026/2027

Moduły kształcenia specjalnościowego

Lp.	Kod przedmiotu	Nazwa przedmiotu/modułu kształcenia	E/O/ZAL	ECTS	Liczba godz.				Semestr																	
									sem. 1			sem. 2			sem. 3			sem 4			sem. 5			sem. 6		
					Ogól.	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e
1	S1-62-CORDESGKM-3	Corporate design i graficzna komunikacja marki	O	2,5	30	0	30	0																		
2	S1-62-ESTDES-3	Estetyka i design	O	2	32	0	32	0																		
3	S1-62-STRMAR-3	Strategia marki	O	2	30	0	30	0																		
4	S1-62-CAMIMFOTW-4	Camera & Image - fotografia wizerunkowa	O	4,5	30	0	30	0																		
5	S1-62-REKKOMM-4	Reklama i komunikowanie marki	O	4	30	0	30	0																		
6	S1-62-CONTMARK-5	Content Marketing & Storytelling	O	2	30	0	30	0																		
7	S1-62-SMMA-5	Social Media Marketing	O	2	34	0	34	0																		
8	S1-62-BADWIZM-5	Badania wizerunku marki	O	2	30	0	30	0																		
9	S1-62-BRANDES-6	Brand Design	O	4	30	0	30	0																		
10	S1-62-PROJMAN-6	Project Management	O	4	30	0	30	0																		
11	S1-62-INFLMARKPB-6	Influencer marketing i personal branding	O	3	30	0	30	0																		
12	S1-62-DESOPPR-6	Design opakowań i produktów	O	3	30	0	30	0																		
13	S1-62-CAMIMFILMW-6	Camera & Image - film wizerunkowy	O	3	30	0	30	0																		
RAZEM:				38	396	0	396	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0		

Moduły praktyk specjalnościowych

Lp.	Kod przedmiotu	Nazwa przedmiotu/modułu kształcenia	E/O/ZAL	ECTS	Liczba godz.				Semestr																	
									sem. 1			sem. 2			sem. 3			sem 4			sem. 5			sem. 6		
					Ogól.	WP	EW	prak.	WP	EW	prak.	WP	EW	prak.	WP	EW	prak.	WP	EW	prak.	WP	EW	prak.	WP	EW	prak.
1	S1-62-PRAKTZAW2-3	Praktyka zawodowa II	ZAL	9,5	240	2	10	228																		
2	S1-62-PRAKTZAW3-4	Praktyka zawodowa III	ZAL	9,5	240	2	10	228																		
3	S1-62-PRAKTZAW4-5	Praktyka zawodowa IV	ZAL	9,5	240	2	10	228																		
RAZEM:				28,5	720	6	30	684	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0		

Podsumowanie

Godziny

Lp.	Moduły	Liczba godz.				Semestr																	
						sem. 1			sem. 2			sem. 3			sem 4			sem. 5			sem. 6		
		Ogól.	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e
1	Moduły kształcenia podstawowego	530	270	224	36	106	74	4	72	96	32	30	16	0	46	18	0	16	20	0	0	0	0
2	Moduły kształcenia kierunkowego	470	84	380	6	20	80	0	16	86	0	32	40	0	64	6	16	50	0	0	60	0	0
3	Moduły dyplomowe	66	0	66	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	30	0	0	36	0	0
4	Moduły kształcenia językowego	252	0	72	180	0	0	0	0	0	0	0	24	60	0	24	60	0	24	60	0	0	0
5	Moduły kształcenia w zakresie kultury fizycznej	60	0	60	0	0	0	0	0	0	0	0	30	0	0	30	0	0	0	0	0	0	0
6	Moduły kształcenia specjalnościowego	396	0	396	0	0	0	0	0	0	0	0	92	0	0	60	0	0	94	0	0	150	0
Ogółem bez praktyk		1774	354	1198	222	126	154	4	88	182	32	62	202	60	46	196	66	32	218	60	0	246	0
Moduły praktyk		Ogól.	WP	EW	prak.	WP	EW	prak.	WP	EW	prak.	WP	EW	prak.	WP	EW	prak.	WP	EW	prak.	WP	EW	prak.
7	Moduły praktyk kierunkowych	240	2	10	228	0	0	0	2	10	228	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
8	Moduły praktyk specjalnościowych	720	6	30	684	0	0	0	0	0	0	2	10	228	2	10	228	2	10	228	0	0	0
Ogółem praktyki		960	8	40	912	0	0	0	2	10	228	2	10	228	2	10	228	2	10	228	0	0	0
OGÓŁEM:		2734				284			542			564			548			550			246		

Punkty ECTS

Lp.		Liczba punktów	Semestr					
			sem. 1	sem. 2	sem. 3	sem 4	sem. 5	sem. 6
1	Moduły kształcenia podstawowego	42,5	19	13,5	4	4	2	0
2	Moduły kształcenia kierunkowego	39,5	11	7	4	6	4,5	7
3	Moduły dyplomowe	10,0	0	0	0	0	4	6
4	Moduły kształcenia językowego	12,0	0	0	4	4	4	0
5	Moduły kształcenia w zakresie kultury fizycznej	0,0	0	0	0	0	0	0
6	Moduły kształcenia specjalnościowego	38,0	0	0	6,5	8,5	6	17
Ogółem bez praktyk		142	30	20,5	18,5	22,5	20,5	30
7	Moduły praktyk kierunkowych	9,5	0	9,5	0	0	0	0
8	Moduły praktyk specjalnościowych	28,5	0	0	9,5	9,5	9,5	0
Ogółem praktyki		38	0	9,5	9,5	9,5	9,5	0
OGÓŁEM:		180	30	30	28	32	30	30

Liczba godzin bez praktyk w Instytucji, zajęć e-learningowych i projektów	1600
Liczba godzin zajęć e-learningowych i projektów	222
Liczba godzin praktyk w Instytucji	912
Łączna liczba godzin w programie	2734

Wydział: Wydział Studiów Stosowanych we Wrocławiu
Kierunek: Media design i marketing wizerunkowy
Moduł wybieralny: Grafika i multimedia
Stopień kształcenia: studia pierwszego stopnia
Forma studiów: stacjonarna
Profil: praktyczny

Czas trwania:
Obowiązuje od roku akademickiego:

6 semestrów
 2026/2027

Moduły kształcenia specjalnościowego

Lp.	Kod przedmiotu	Nazwa przedmiotu/modułu kształcenia	E/O/ZAL	ECTS	Liczba godz.				Semestr																	
					Liczba godz.				sem. 1			sem. 2			sem. 3			sem. 4			sem. 5			sem. 6		
					Ogół.	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e
1	S1-62-NTGRAF-3	Nurty i trendy w grafice	O	2,5	30	0	30	0																		
2	S1-62-PROJSSI-3	Projektowanie stron i serwisów internetowych	O	2	30	0	30	0																		
3	S1-62-PSYPSFW-3	Psychologia i psychofizjologia widzenia	O	2	32	0	32	0																		
4	S1-62-CYEDZD-4	Cyfrowa edycja zdjęć	O	3	30	0	30	0																		
5	S1-62-SYIDWI-4	Systemy identyfikacji wizualnej	O	2,5	30	0	30	0																		
6	S1-62-WARDZW-4	Warsztat dźwięku	O	3	30	0	30	0																		
7	S1-62-KOMMUL-5	Komunikacja multimedialna	O	3	34	0	34	0																		
8	S1-62-PEMOVI-5	Produkcja, edycja i montaż wideo	O	3	60	0	60	0																		
9	S1-62-ANKLCY-6	Animacja klasyczna i cyfrowa (2D)	O	5	30	0	30	0																		
10	S1-62-PRAGRAF-6	Projektowanie i animacje graficzne	O	4	30	0	30	0																		
11	S1-62-WARMOCAP-6	Warsztat motion capture	O	4	30	0	30	0																		
12	S1-62-POTWGW-6	Podstawy tworzenia gier komputerowych	O	4	30	0	30	0																		
RAZEM:				38	396	0	396	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0		

Moduły praktyk specjalnościowych

Lp.	Kod przedmiotu	Nazwa przedmiotu/modułu kształcenia	E/O/ZAL	ECTS	Liczba godz.				Semestr																				
					Liczba godz.				sem. 1			sem. 2			sem. 3			sem. 4			sem. 5			sem. 6					
					Ogół.	WP	EW	prak.	WP	EW	prak.	WP	EW	prak.	WP	EW	prak.	WP	EW	prak.	WP	EW	prak.	WP	EW	prak.			
1	S1-62-PRAKTZAW2-3	Praktyka zawodowa II	ZAL	9,5	240	2	10	228																					
2	S1-62-PRAKTZAW3-4	Praktyka zawodowa III	ZAL	9,5	240	2	10	228																					
3	S1-62-PRAKTZAW4-5	Praktyka zawodowa IV	ZAL	9,5	240	2	10	228																					
RAZEM:				28,5	720	6	30	684	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	10	228	2	10	228	2	10	228	0	0	0

Podsumowanie

Godziny

Lp.	Moduły	Liczba godz.				Semestr																	
		Liczba godz.				sem. 1			sem. 2			sem. 3			sem. 4			sem. 5			sem. 6		
		Ogół.	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e
1	Moduły kształcenia podstawowego	530	270	224	36	106	74	4	72	96	32	30	16	0	46	18	0	16	20	0	0	0	0
2	Moduły kształcenia kierunkowego	470	84	380	6	20	80	0	16	86	0	32	40	0	0	64	6	16	50	0	0	60	0
3	Moduły dyplomowe	66	0	66	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	30	0	0	36	0
4	Moduły kształcenia językowego	252	0	72	180	0	0	0	0	0	0	0	24	60	0	24	60	0	24	60	0	0	0
5	Moduły kształcenia w zakresie kultury fizycznej	60	0	60	0	0	0	0	0	0	0	0	30	0	0	30	0	0	0	0	0	0	0
6	Moduły kształcenia specjalnościowego	396	0	396	0	0	0	0	0	0	0	0	92	0	0	90	0	0	94	0	0	120	0
Ogółem bez praktyk		1774	354	1198	222	126	154	4	88	182	32	62	202	60	46	226	66	32	218	60	0	216	0
Moduły praktyk		Ogół.	WP	EW	prak.	WP	EW	prak.	WP	EW	prak.	WP	EW	prak.	WP	EW	prak.	WP	EW	prak.	WP	EW	prak.
7	Moduły praktyk kierunkowych	240	2	10	228	0	0	0	2	10	228	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
8	Moduły praktyk specjalnościowych	720	6	30	684	0	0	0	0	0	0	2	10	228	2	10	228	2	10	228	0	0	0
Ogółem praktyki		960	8	40	912	0	0	0	2	10	228	2	10	228	2	10	228	2	10	228	0	0	0
OGÓŁEM:		2734				284			542			564			578			550			216		

Punkty ECTS

Lp.		Liczba punktów	Semestr					
			sem. 1	sem. 2	sem. 3	sem 4	sem. 5	sem. 6
1	Moduły kształcenia podstawowego	42,5	19	13,5	4	4	2	0
2	Moduły kształcenia kierunkowego	39,5	11	7	4	6	4,5	7
3	Moduły dyplomowe	10	0	0	0	0	4	6
4	Moduły kształcenia językowego	12	0	0	4	4	4	0
5	Moduły kształcenia w zakresie kultury fizycznej	0	0	0	0	0	0	0
6	Moduły kształcenia specjalnościowego	38	0	0	6,5	8,5	6	17
Ogółem bez praktyk		142	30	20,5	18,5	22,5	20,5	30
7	Moduły praktyk kierunkowych	9,5	0	9,5	0	0	0	0
8	Moduły praktyk specjalnościowych	28,5	0	0	9,5	9,5	9,5	0
Ogółem praktyki		38	0	9,5	9,5	9,5	9,5	0
OGÓŁEM:		180	30	30	28	32	30	30

Liczba godzin bez praktyk w Instytucji, zajęć e-learningowych i projektów	1600
Liczba godzin zajęć e-learningowych i projektów	222
Liczba godzin praktyk w Instytucji	912
Łączna liczba godzin w programie	2734

		Punkty ECTS						
Lp.		Liczba punktów	Semestr					
			sem. 1	sem. 2	sem. 3	sem 4	sem. 5	sem. 6
1	Moduły kształcenia podstawowego	42,5	19	13,5	4	4	2	0
2	Moduły kształcenia kierunkowego	39,5	11	7	4	6	4,5	7
3	Moduły dyplomowe	10	0	0	0	0	4	6
4	Moduły kształcenia językowego	12	0	0	4	4	4	0
5	Moduły kształcenia w zakresie kultury fizycznej	0	0	0	0	0	0	0
6	Moduły kształcenia specjalnościowego	38	0	0	6,5	8,5	6	17
Ogółem bez praktyk		142	30	20,5	18,5	22,5	20,5	30
7	Moduły praktyk kierunkowych	9,5	0	9,5	0	0	0	0
8	Moduły praktyk specjalnościowych	28,5	0	0	9,5	9,5	9,5	0
Ogółem praktyki		38	0	9,5	9,5	9,5	9,5	0
OGÓŁEM:		180	30	30	28	32	30	30

Liczba godzin bez praktyk w Instytucji, zajęć e-learningowych i projektów	1600
Liczba godzin zajęć e-learningowych i projektów	222
Liczba godzin praktyk w Instytucji	912
Łączna liczba godzin w programie	2734

		Punkty ECTS						
Lp.		Liczba punktów	Semestr					
			sem. 1	sem. 2	sem. 3	sem 4	sem. 5	sem. 6
1	Moduły kształcenia podstawowego	42,5	19	13,5	4	4	2	0
2	Moduły kształcenia kierunkowego	39,5	11	7	4	6	4,5	7
3	Moduły dyplomowe	10	0	0	0	0	4	6
4	Moduły kształcenia językowego	12	0	0	4	4	4	0
5	Moduły kształcenia w zakresie kultury fizycznej	0	0	0	0	0	0	0
6	Moduły kształcenia specjalnościowego	38	0	0	6,5	8,5	6	17
Ogółem bez praktyk		142	30	20,5	18,5	22,5	20,5	30
7	Moduły praktyk kierunkowych	9,5	0	9,5	0	0	0	0
8	Moduły praktyk specjalnościowych	28,5	0	0	9,5	9,5	9,5	0
Ogółem praktyki		38	0	9,5	9,5	9,5	9,5	0
OGÓŁEM:		180	30	30	28	32	30	30

Liczba godzin bez praktyk w Instytucji, zajęć e-learningowych i projektów	1600
Liczba godzin zajęć e-learningowych i projektów	222
Liczba godzin praktyk w Instytucji	912
Łączna liczba godzin w programie	2734

		Punkty ECTS						
Lp.		Liczba punktów	Semestr					
			sem. 1	sem. 2	sem. 3	sem 4	sem. 5	sem. 6
1	Moduły kształcenia podstawowego	42,5	19	13,5	4	4	2	0
2	Moduły kształcenia kierunkowego	39,5	11	7	4	6	4,5	7
3	Moduły dyplomowe	10	0	0	0	0	4	6
4	Moduły kształcenia językowego	12	0	0	4	4	4	0
5	Moduły kształcenia w zakresie kultury fizycznej	0	0	0	0	0	0	0
6	Moduły kształcenia specjalnościowego	38	0	0	6,5	8,5	6	17
Ogółem bez praktyk		142	30	20,5	18,5	22,5	20,5	30
7	Moduły praktyk kierunkowych	9,5	0	9,5	0	0	0	0
8	Moduły praktyk specjalnościowych	28,5	0	0	9,5	9,5	9,5	0
Ogółem praktyki		38	0	9,5	9,5	9,5	9,5	0
OGÓŁEM:		180	30	30	28	32	30	30

Liczba godzin bez praktyk w Instytucji, zajęć e-learningowych i projektów	1600
Liczba godzin zajęć e-learningowych i projektów	222
Liczba godzin praktyk w Instytucji	912
Łączna liczba godzin w programie	2734

Wydział: Faculty of Applied Studies in Wrocław
Major Media Design and Image Marketing
Degree B.A.
Form Part time
Profile Practical
dyscyplina wiodąca: nauki o komunikacji społecznej i mediach 75%
dyscyplina uzupełniająca: nauki o zarządzaniu i jakości 25%

Duration
Academic Year

6 semesters
 2026/2027

General Courses

No.	Course Code	Course name	E/O/ZAL	ECTS	No. of hours				Semester																	
									sem. 1			sem. 2			sem. 3			sem 4			sem. 5			sem. 6		
					ogół.	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e
1	N1-00-FUTCOM1-1	Future Competencies I	ZAL	2	12	0	12	0		12																
2	N1-00-FUTCOM2-2	Future Competencies II	ZAL	2	12	0	12	0					12													
3	N1-00-FUTCOM3-3	Future Competencies III	ZAL	2	12	0	12	0							12											
4	N1-00-OSH-1	Initial OSH Training Course	ZAL	0	4	0	0	4			4															
5	N1-62-INTOCS-1	Introduction to Communication Studies	E	4	18	18	0	0	18																	
7	N1-62-HOVANM-1	History of Visual and Network Media	E	3	18	18	0	0	18																	
8	N1-62-FUNOGD-1	Fundamentals of Graphic Design	O	3	24	0	24	0		24																
9	N1-62-HIOAAD-1	History of Art and Design	E	3	18	18	0	0	18																	
10	N1-62-LACLAC-1	Language Competence - Language Culture	O	4	26	12	14	0	12	14																
11	N1-62-SOCMED-2	Sociology of Media	E	3	26	12	14	0				12	14													
12	N1-62-CGI-4	Contemporary Global Issues	O	2	24	12	12	0									12	12								
13	N1-60-LCCWAC-2	Language Competence - Creative Writing and Copywriting	O	2	24	12	12	0				12	12													
14	N1-62-CMM-4	Contemporary Media Markets	E	2	12	12	0	0									12									
15	N1-62-FUOFMA-2	Fundamentals of Management	O	4	56	12	12	32				12	12	32												
16	N1-62-FUOFEN-5	Fundamentals of Entrepreneurship	O	2	24	12	12	0											12	12						
17	N1-62-CAIPL-3	Copyright and Intellectual Property Law	E	2	12	12	0	0						12												
18	N1-62-TARTOP-2	The Art of Persuasion	O	2,5	24	12	12	0				12	12													
TOTAL				42,5	346	162	148	36	66	50	4	48	62	32	12	12	0	24	12	0	12	12	0	0	0	

Major Courses

No.	Course Code	Course name	E/O/ZAL	ECTS	No. of hours				Semester																	
									sem. 1			sem. 2			sem. 3			sem 4			sem. 5			sem. 6		
					ogół.	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e
1	N1-62-PPMAIC-1	Personal Presentation Methods and Image Creation	O	3	14	0	14	0		14																
2	N1-62-VISCOM-1	Visual Communication	O	4	24	12	12	0	12	12																
3	N1-62-COIAB-1	Corporate Identity & Branding	O	4	14	0	14	0		14																
4	N1-62-BMOFAG-2	Business Models of Facebook and Google	O	2	12	0	12	0				12														
5	N1-62-2DGW-2	2D Graphics Workshop	O	3	16	0	16	0				16														
6	N1-62-WEBDESPO-2	Web Design with Responsive and Mobile Design Elements	O	2	26	12	14	0				12	14													
7	N1-62-IAIC-3	Interpersonal and Intercultural Communication	O	2	24	12	12	0						12	12											
8	N1-62-FOSD-3	Fundamentals of Sound Design	O	2	24	12	12	0						12	12											
9	N1-62-AACPW-4	Advertising and Creative Photography Workshop	O	3	24	0	18	6										18	6							
10	N1-62-VIMRKT-4	Video Marketing	O	3	18	0	18	0										18								
11	N1-62-PRWOR-5	Public Relations Workshop	O	2	14	0	14	0												14						
12	N1-62-RESDES-5	Research Design	O	2,5	24	12	12	0											12	12						
13	N1-62-DVAIN-6	Data Visualization and Infoaesthetics	O	3	14	0	14	0															14			
14	N1-62-ETWORK-6	Eye-Tracking Workshop	O	4	14	0	14	0															14			
TOTAL				39,5	262	60	196	6	12	40	0	12	42	0	24	24	0	0	36	6	12	26	0	0	28	0

Department Faculty of Applied Studies in Wrocław
Major Media Design and Image Marketing
Specialization Brand Management
Degree B.A.
Form Part time
Profil: Practical

Duration
Academic Year

6 semesters
 2026/2027

Brand Management Courses

No.	Course Code	Course name	E/O/ZAL	ECTS	No. of hours				Semester																		
									sem. 1			sem. 2			sem. 3			sem 4			sem. 5			sem. 6			
					Ogół.	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	
1	N1-00-TAIIBD-3	Trends and Innovations in Brand Design	O	3,5	30	0	30	0																			
2	N1-00-COPABP-3	Consumer Psychology and Brand Perception	O	3	20	0	20	0																			
3	N1-00-DIEARB-4	Digital Image Editing and Retouching for Branding	O	3	20	0	20	0																			
4	N1-00-COMVIS-4	Comprehensive Visual Identity Systems	O	2,5	20	0	20	0																			
5	N1-00-UXUIDB-4	UX/UI Design for Branded Digital Platforms	O	3	20	0	20	0																			
6	N1-00-INTBCM-5	Integrated Brand Communication Strategies	O	3	20	0	20	0																			
7	N1-00-SDFBE-5	Sound Design for Brand Engagement	O	3	20	0	20	0																			
8	N1-00-ADVFPFB-6	Advanced Video Production for Branding	O	5	20	0	20	0																			
9	N1-00-IAMGFB-6	Interactive and Motion Graphics for Brands	O	6	20	0	20	0																			
10	N1-00-SUSBD-6	Sustainable Brand Design	O	6	20	0	20	0																			
TOTAL				38	210	0	210	0	0	0	0	0	0	0	0	0	50	0	0	60	0	0	40	0	0	60	0

Internships

No.	Course Code	Course name	E/O/ZAL	ECTS	No. of hours				Semester																			
									sem. 1			sem. 2			sem. 3			sem 4			sem. 5			sem. 6				
					Ogół.	WP	EW	prak.	WP	EW	prak.	WP	EW	prak.	WP	EW	prak.	WP	EW	prak.	WP	EW	prak.	WP	EW	prak.		
2	N1-00-PRAZ2-3	Internship II	ZAL	9,5	240	2	10	228									2	10	228									
3	N1-00-PRAZ3-4	Internship III	ZAL	9,5	240	2	10	228										2	10	228								
4	N1-00-PRAZ4-5	Internship IV	ZAL	9,5	240	2	10	228													2	10	228					
TOTAL				28,5	720	6	30	684	0	0	0	0	0	0	0	0	2	10	228	2	10	228	2	10	228	0	0	0

Summary

Hours

No.	Courses	No. of hours				Semester																	
						sem. 1			sem. 2			sem. 3			sem 4			sem. 5			sem. 6		
		Ogół.	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e
1	General Courses	346	162	148	36	66	50	4	48	62	32	12	12	0	24	12	0	12	12	0	0	0	0
2	Major Courses	262	60	196	6	12	40	0	12	42	0	24	24	0	0	36	6	12	26	0	0	28	0
3	B.A. Project Seminars	28	0	28	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	14	0	0	14	0
4	Language Courses	228	0	48	180	0	0	0	0	0	0	0	16	60	0	16	60	0	16	60	0	0	0
5	Physical Education Courses	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
6	Brand Management Courses	210	0	210	0	0	0	0	0	0	0	0	0	50	0	0	60	0	40	0	0	60	0
Total without internships		1074	222	630	222	78	90	4	60	104	32	36	102	60	24	124	66	24	108	60	0	102	0
Internships		Ogół.	WP	EW	prak.	WP	EW	prak.	WP	EW	prak.	WP	EW	prak.	WP	EW	prak.	WP	EW	prak.	WP	EW	prak.
7	Internships	240	2	10	228	0	0	0	2	10	228	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
8	Internships	720	6	30	684	0	0	0	0	0	0	2	10	228	2	10	228	2	10	228	0	0	0
Total internship hours		960	8	40	912	0	0	0	2	10	228	2	10	228	2	10	228	2	10	228	0	0	0
TOTAL		2034				172			436			438			454			432			102		

ECTS

No.		Points	Semester					
			sem. 1	sem. 2	sem. 3	sem 4	sem. 5	sem. 6
1	General Courses	42,5	19	13,5	4	4	2	0
2	Major Courses	39,5	11	7	4	6	4,5	7
3	B.A. Project Seminars	10	0	0	0	0	4	6
4	Language Courses	12	0	0	4	4	4	0
5	Physical Education Courses	0	0	0	0	0	0	0
6	Brand Management Courses	38	0	0	6,5	8,5	6	17
Total without internships		142	30	20,5	18,5	22,5	20,5	30
7	Internships	9,5	0	9,5	0	0	0	0
8	Internships	28,5	0	0	9,5	9,5	9,5	0
Total internship hours		38	0	9,5	9,5	9,5	9,5	0
TOTAL		180	30	30	28	32	30	30

Liczba godzin bez praktyk w Instytucji, zajęć e-learningowych i projektów	900
Liczba godzin zajęć e-learningowych i projektów	222
Liczba godzin praktyk w Instytucji	912
Łączna liczba godzin w programie	2034

5	Physical Education Courses	0	0	0	0	0	0
6	Graphic Design and Multimedia Courses	38	0	0	6,5	8,5	17
Total without internships		142	30	20,5	18,5	22,5	30
7	Internships	9,5	0	9,5	0	0	0
8	Internships	28,5	0	0	9,5	9,5	0
Total internship hours		38	0	9,5	9,5	9,5	0
TOTAL		180	30	30	28	32	30

Liczba godzin bez praktyk w Instytucji, zajęć e-learningowych i projektów	900
Liczba godzin zajęć e-learningowych i projektów	222
Liczba godzin praktyk w Instytucji	912
Łączna liczba godzin w programie	2034

Wydział: Faculty of Applied Studies in Wrocław
Major Media Design and Image Marketing
Degree B.A.
Form Full time
Profile Practical
dyscyplina wiodąca: nauki o komunikacji społecznej i mediach 75%
dyscyplina uzupełniająca: nauki o zarządzaniu i jakości 25%

Duration
Academic Year

6 semesters
 2026/2027

General Courses

No.	Course Code	Course name	E/O/ZAL	ECTS	No. of hours				Semester																	
									sem. 1			sem. 2			sem. 3			sem 4			sem. 5			sem. 6		
					ogół.	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e
1	S1-00-FUTCOM1-1	Future Competencies I	ZAL	2	16	0	16	0		16																
2	S1-00-FUTCOM2-2	Future Competencies II	ZAL	2	16	0	16	0				16														
3	S1-00-FUTCOM3-3	Future Competencies III	ZAL	2	16	0	16	0						16												
4	S1-00-OSH-1	Initial OSH Training Course	ZAL	0	4	0	0	4			4															
5	S1-62-INTOCS-1	Introduction to Communication Studies	E	4	30	30	0	0	30																	
7	S1-62-HOVANM-1	History of Visual and Network Media	E	3	30	30	0	0	30																	
8	S1-62-FUNOGD-1	Fundamentals of Graphic Design	O	3	36	0	36	0		36																
9	S1-62-HIOAAD-1	History of Art and Design	E	3	30	30	0	0	30																	
10	S1-62-LACLAC-1	Language Competence - Language Culture	O	4	38	16	22	0	16	22																
11	S1-62-SOCMED-2	Sociology of Media	E	3	36	16	20	0			16	20														
12	S1-62-TARTOP-2	The Art of Persuasion	O	2,5	46	22	24	0			22	24														
13	S1-60-LCCWAC-2	Language Competence - Creative Writing and Copywriting	O	2	34	16	18	0			16	18														
14	S1-62-CMM-4	Contemporary Media Markets	E	2	30	30	0	0								30										
15	S1-62-FUOFMA-2	Fundamentals of Management	O	4	68	18	18	32			18	18	32													
16	S1-62-FUOFEN-5	Fundamentals of Entrepreneurship	O	2	36	16	20	0										16	20							
17	S1-62-CAIPL-3	Copyright and Intellectual Property Law	E	2	30	30	0	0						30												
18	S1-62-CGI-4	Contemporary Global Issues	O	2	34	16	18	0								16	18									
TOTAL				42,5	530	270	224	36	106	74	4	72	96	32	30	16	0	46	18	0	16	20	0	0	0	

Major Courses

No.	Course Code	Course name	E/O/ZAL	ECTS	No. of hours				Semester																	
									sem. 1			sem. 2			sem. 3			sem 4			sem. 5			sem. 6		
					ogół.	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e
1	S1-62-PPMAIC-1	Personal Presentation Methods and Image Creation	O	3	30	0	30	0		30																
2	S1-62-VISCOM-1	Visual Communication	O	4	40	20	20	0	20	20																
3	S1-62-COIAAB-1	Corporate Identity & Branding	O	4	30	0	30	0		30																
4	S1-62-BMOFAG-2	Business Models of Facebook and Google	O	2	30	0	30	0				30														
5	S1-62-2DGW-2	2D Graphics Workshop	O	3	36	0	36	0				36														
6	S1-62-WEBDESPO-2	Web Design with Responsive and Mobile Design Elements	O	2	36	16	20	0			16	20														
7	S1-62-IAIC-3	Interpersonal and Intercultural Communication	O	2	36	16	20	0					16	20												
8	S1-62-FOSD-3	Fundamentals of Sound Design	O	2	36	16	20	0					16	20												
9	S1-62-AACPW-4	Advertising and Creative Photography Workshop	O	3	36	0	30	6								30	6									
10	S1-62-VIMRKT-4	Video Marketing	O	3	34	0	34	0								34										
11	S1-62-PRWOR-5	Public Relations Workshop	O	2	30	0	30	0											30							
12	S1-62-RESDDES-5	Research Design	O	2,5	36	16	20	0										16	20							
13	S1-62-DVAIN-6	Data Visualization and Infoaesthetics	O	3	30	0	30	0																30		
14	S1-62-ETWORK-6	Eye-Tracking Workshop	O	4	30	0	30	0																30		
TOTAL				39,5	470	84	380	6	20	80	0	16	86	0	32	40	0	0	64	6	16	50	0	0	60	

B.A. Project Seminars

No.	Course Code	Course name	E/O/ZAL	ECTS	No. of hours				Semester																	
									sem. 1			sem. 2			sem. 3			sem 4			sem. 5			sem. 6		
					ogół.	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e
1	S1-00-SEMD1-5	Bachelor of Arts Seminar I	O	4	30	0	30	0													30					
2	S1-00-SEMD2-6	Bachelor of Arts Seminar II	O	6	36	0	36	0																36		
TOTAL				10	66	0	66	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	30	0	0	36	

Department Faculty of Applied Studies in Wrocław
Major Media Design and Image Marketing
Specialization Brand Management
Degree B.A.
Form Full time
Profile Practical

Duration
Academic Year

6 semesters
 2026/2027

Brand Management Courses

No.	Course Code	Course name	E/O/ZAL	ECTS	No. of hours				Semester																	
									sem. 1			sem. 2			sem. 3			sem 4			sem. 5			sem. 6		
					Ogół.	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e
1	S1-00-TAIIBD-3	Trends and Innovations in Brand Design	O	3,5	50	0	50	0																		
2	S1-00-COPABP-3	Consumer Psychology and Brand Perception	O	3	44	0	44	0																		
3	S1-00-DIEARB-4	Digital Image Editing and Retouching for Branding	O	3	44	0	44	0																		
4	S1-00-COMVIS-4	Comprehensive Visual Identity Systems	O	2,5	30	0	30	0																		
5	S1-00-UXUIDB-4	UX/UI Design for Branded Digital Platforms	O	3	30	0	30	0																		
6	S1-00-INTBCM-5	Integrated Brand Communication Strategies	O	3	44	0	44	0																		
7	S1-00-SDFBE-5	Sound Design for Brand Engagement	O	3	44	0	44	0																		
8	S1-00-ADVVPFB-6	Advanced Video Production for Branding	O	5	44	0	44	0																		
9	S1-00-IAMGFB-6	Interactive and Motion Graphics for Brands	O	6	30	0	30	0																		
10	S1-00-SUSBD-6	Sustainable Brand Design	O	6	36	0	36	0																		
TOTAL				38	396	0	396	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0		

Internships

No.	Course Code	Course name	E/O/ZAL	ECTS	No. of hours				Semester																	
									sem. 1			sem. 2			sem. 3			sem 4			sem. 5			sem. 6		
					Ogół.	WP	EW	prak.	WP	EW	prak.	WP	EW	prak.	WP	EW	prak.	WP	EW	prak.	WP	EW	prak.	WP	EW	prak.
1	S1-00-PRAZ2-3	Internship II	ZAL	9,5	240	2	10	228																		
2	S1-00-PRAZ3-4	Internship III	ZAL	9,5	240	2	10	228																		
3	S1-00-PRAZ4-5	Internship IV	ZAL	9,5	240	2	10	228																		
TOTAL				28,5	720	6	30	684	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0		

Summary

Hours

No.	Courses	No. of hours				Semester																	
						sem. 1			sem. 2			sem. 3			sem 4			sem. 5			sem. 6		
		Ogół.	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e
1	General Courses	530	270	224	36	106	74	4	72	96	32	30	16	0	46	18	0	16	20	0	0	0	0
2	Major Courses	470	84	380	6	20	80	0	16	86	0	32	40	0	0	64	6	16	50	0	0	60	0
3	B.A. Project Seminars	66	0	66	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	30	0	0	36	0
4	Language Courses	252	0	72	180	0	0	0	0	0	0	24	60	0	24	60	0	24	60	0	0	0	0
5	Physical Education Courses	60	0	60	0	0	0	0	0	0	0	30	0	0	30	0	0	0	0	0	0	0	0
6	Brand Management Courses	396	0	396	0	0	0	0	0	0	0	94	0	0	104	0	0	88	0	0	110	0	0
Total without internships		1774	354	1198	222	126	154	4	88	182	32	62	204	60	46	240	66	32	212	60	0	206	0
Internships		Ogół.	WP	EW	prak.	WP	EW	prak.	WP	EW	prak.	WP	EW	prak.	WP	EW	prak.	WP	EW	prak.	WP	EW	prak.
7	Internships	240	2	10	228	0	0	0	2	10	228	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
8	Internships	720	6	30	684	0	0	0	0	0	0	2	10	228	2	10	228	2	10	228	0	0	0
Total internship hours		960	8	40	912	0	0	0	2	10	228	2	10	228	2	10	228	2	10	228	0	0	0
TOTAL		2734				284			542			566			592			544			206		

ECTS

No.		Points	Semester					
			sem. 1	sem. 2	sem. 3	sem 4	sem. 5	sem. 6
1	General Courses	42,5	19	13,5	4	4	2	0
2	Major Courses	39,5	11	7	4	6	4,5	7
3	B.A. Project Seminars	10	0	0	0	0	4	6
4	Language Courses	12	0	0	4	4	4	0
5	Physical Education Courses	0	0	0	0	0	0	0
6	Brand Management Courses	38	0	0	6,5	8,5	6	17
Total without internships		142	30	20,5	18,5	22,5	20,5	30
7	Internships	9,5	0	9,5	0	0	0	0
8	Internships	28,5	0	0	9,5	9,5	9,5	0
Total internship hours		38	0	9,5	9,5	9,5	9,5	0
TOTAL		180	30	30	28	32	30	30

Liczba godzin bez praktyk w Instytucji, zajęć e-learningowych i projektów	1600
Liczba godzin zajęć e-learningowych i projektów	222
Liczba godzin praktyk w Instytucji	912
Łączna liczba godzin w programie	2734

Department Faculty of Applied Studies in Wrocław
Major Media Design and Image Marketing
Specialization Graphic Design and Multimedia
Degree B.A.
Form Full time
Profil: Practical

Duration
Academic Year

6 semesters
 2026/2027

Graphic Design and Multimedia Courses

No.	Course Code	Course name	E/O/ZAL	ECTS	No. of hours				Semester																	
									sem. 1			sem. 2			sem. 3			sem 4			sem. 5			sem. 6		
					Ogół.	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e
1	S1-00-VTAIGD-3	Visual Trends and Innovations in Graphic Design	O	3,5	50	0	50	0								50										
2	S1-00-PEPIGD-3	Perception Psychology in Graphic Design	O	3	44	0	44	0							44											
3	S1-00-APACIE-4	Advanced Digital Photography and Creative Image Editing	O	3	44	0	44	0										44								
4	S1-00-BIAVCS-4	Brand Identity and Visual Communication Systems	O	2,5	30	0	30	0											30							
5	S1-00-UCWDIS-4	User-Centered Web Design and Interface Systems	O	3	30	0	30	0											30							
6	S1-00-MUSAIE-5	Multimedia Storytelling and Interactive Experience Design	O	3	44	0	44	0													44					
7	S1-00-SDABFD-5	Sound Design and Audio Branding for Digital Media	O	3	44	0	44	0													44					
8	S1-00-VPPPDE-6	Video Production, Post-Production and Digital Editing Techniques	O	5	44	0	44	0															44			
9	S1-00-AMGDE-6	Animation and Motion Graphics for Digital Engagement	O	6	30	0	30	0															30			
10	S1-00-IMDGGV-6	Interactive Media and Digital Graphics for Gaming and Virtual Environments	O	6	36	0	36	0															36			
TOTAL				38	396	0	396	0	0	0	0	0	0	0	0	94	0	0	104	0	0	88	0	0	110	0

Internships

No.	Course Code	Course name	E/O/ZAL	ECTS	No. of hours				Semester																	
									sem. 1			sem. 2			sem. 3			sem 4			sem. 5			sem. 6		
					Ogół.	WP	EW	prak.	WP	EW	prak.	WP	EW	prak.	WP	EW	prak.	WP	EW	prak.	WP	EW	prak.	WP	EW	prak.
2	S1-00-PRAZ2-3	Internship II	ZAL	9,5	240	2	10	228							2	10	228									
3	S1-00-PRAZ3-4	Internship III	ZAL	9,5	240	2	10	228										2	10	228						
4	S1-00-PRAZ4-5	Internship IV	ZAL	9,5	240	2	10	228										2	10	228						
TOTAL				28,5	720	6	30	684	0	0	0	0	0	0	2	10	228	2	10	228	2	10	228	0	0	0

Summary Hours

No.	Courses	No. of hours				Semester																	
						sem. 1			sem. 2			sem. 3			sem 4			sem. 5			sem. 6		
		Ogół.	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e	wyk.	ćw.	p/e
1	General Courses	530	270	224	36	106	74	4	72	96	32	30	16	0	46	18	0	16	20	0	0	0	0
2	Major Courses	470	84	380	6	20	80	0	16	86	0	32	40	0	0	64	6	16	50	0	0	60	0
3	B.A. Project Seminars	66	0	66	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	30	0	0	36	0
4	Language Courses	252	0	72	180	0	0	0	0	0	0	0	24	60	0	24	60	0	24	60	0	0	0
5	Physical Education Courses	60	0	60	0	0	0	0	0	0	0	0	30	0	0	30	0	0	0	0	0	0	0
6	Graphic Design and Multimedia Courses	396	0	396	0	0	0	0	0	0	0	0	94	0	0	104	0	0	88	0	0	110	0
Total without internships		1774	354	1198	222	126	154	4	88	182	32	62	204	60	46	240	66	32	212	60	0	206	0
Internships		Ogół.	WP	EW	prak.	WP	EW	prak.	WP	EW	prak.	WP	EW	prak.	WP	EW	prak.	WP	EW	prak.	WP	EW	prak.
7	Internships	240	2	10	228	0	0	0	2	10	228	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
8	Internships	720	6	30	684	0	0	0	0	0	0	2	10	228	2	10	228	2	10	228	0	0	0
Total internship hours		960	8	40	912	0	0	0	2	10	228	2	10	228	2	10	228	2	10	228	0	0	0
TOTAL		2734				284			542			566			592			544			206		

ECTS

No.		Points	Semester					
			sem. 1	sem. 2	sem. 3	sem 4	sem. 5	sem. 6
1	General Courses	42,5	19	13,5	4	4	2	0
2	Major Courses	39,5	11	7	4	6	4,5	7
3	B.A. Project Seminars	10	0	0	0	0	4	6
4	Language Courses	12	0	0	4	4	4	0
5	Physical Education Courses	0	0	0	0	0	0	0
6	Graphic Design and Multimedia Courses	38	0	0	6,5	8,5	6	17
Total without internships		142	30	20,5	18,5	22,5	20,5	30
7	Internships	9,5	0	9,5	0	0	0	0
8	Internships	28,5	0	0	9,5	9,5	9,5	0
Total internship hours		38	0	9,5	9,5	9,5	9,5	0
TOTAL		180	30	30	28	32	30	30

Liczba godzin bez praktyk w Instytucji, zajęć e-learningowych i projektów	1600
Liczba godzin zajęć e-learningowych i projektów	222
Liczba godzin praktyk w Instytucji	912
Łączna liczba godzin w programie	2734

Macierz efektów uczenia się

Uczelnia:	Uniwersytet DSW Ideis
Wydział:	Studiów Stosowanych we Wrocławiu
Kierunek:	Media design i marketing wizerunkowy
Stopień kształcenia:	pierwszy
Profil:	praktyczny
Czas trwania	6 semestrów
Obowiązuje od roku akademickiego	2026/2027

OPIS KIERUNKOWYCH EFEKTÓW UCZENIA SIĘ Po zakończeniu studiów absolwent osiąga następujące efekty uczenia się:	Symbol efektu uczenia się dla kierunku	Symbol charakterystyk	Stopień nasylenia efektu uczenia się	Moduły kształcenia podstawowego													Moduły kształcenia kierunkowego													Moduły kształcenia językowego			Moduły przygotowania pracy dyplomowej		Moduły praktyk kierunkowych					
				Kompetencje przyszłości I	Kompetencje przyszłości II	Kompetencje przyszłości III	Wzrost do nawiązania komunikacji	Socjologia mediów	Problemy współczesnego świata	Historia mediów wizualnych i sieciowych	Współczesne rynki medialne	Podstawy projektowania graficznego	Historia sztuki i designu	Podstawy zarządzania	Podstawy przedsiębiorczości	Prawo autorskie i prawo własności intelektualnej	Kompetencja językowa - kultura języka	Kompetencja językowa - creative writing i copywriting	Statyka perswazji	Komunikacja interpersonalna i międzykulturowa	Metody prezentacji osobistej i kreowanie wizerunku	Modele biznesowe Facebook i Google	Warsztat public relations	Komunikacja wizualna	Corporate Identity & Branding	Podstawy projektowania dźwięku	Video Marketing	Warsztat grafiki 2d	Web design z elementami responsive i mobile design	Warsztat fotografii reklamowej i kreatywnej	Projektowanie badań	Wizualizacja danych i infografika	Warsztat eye-trackingu	Język obcy I (język angielski/język niemiecki)	Język obcy II (język angielski/język niemiecki)	Język obcy III (język angielski/język niemiecki)	Seminarium dyplomowe I	Seminarium dyplomowe II	Praktyka zawodowa I	
WIEDZA absolwent zna i rozumie:				0			1	1	3	1	4	3	2	4	3	1	3	2	3	2	3	5	3	2	4	2	2	2	3	2	2	3	2	2	2	2	4	4	2	
w zaawansowanym stopniu teorie, fakty i metody komunikowania i zarządzania przemysłami kreatywnymi, współczesnymi rynkami medialnymi, ze szczególnym uwzględnieniem rynku mediów elektronicznych, oraz złożone zależności między nimi	MDIMW1P_W01	P6U_W; P6S_WK	10								1								1	1	1	1				1											1	1		
złożone relacje między specyfiką produktów i usług a kształtem działań marketingowych i ich medialną formą, uwzględniając potrzeby użytkowników, jako odbiorców produktów i usług	MDIMW1P_W02	P6U_W; P6S_WG	9								1									1	1	1															1	1	1	
społeczne, kulturowe, kognitywne, etyczne, psychologiczne, ekonomiczne, prawne, technologiczne uwarunkowania różnych rodzajów działalności zawodowej związanej z kierunkiem oraz konteksty komunikowania we współczesnym świecie	MDIMW1P_W03	P6U_W; P6S_WK	13				1	1	1											1		1														1	1	1	1	
metody, techniki i narzędzia pozyskiwania, analizy i udostępniania danych potrzebnych do projektowania zawartości mediów oraz budowania w ich obrębie działań edukacyjnych i marketingowych	MDIMW1P_W04	P6U_W; P6S_WG	9										1	1										1			1	1										1	1	
normy i reguły projektowania zawartości mediów z perspektywy technologicznej, komunikacyjnej, funkcjonalnej, marketingowej oraz estetycznej	MDIMW1P_W05	P6U_W; P6S_WK; P6S_WG	14									1	1	1								1		1	1												1	1		
zaawansowane pojęcia i zasady z zakresu ochrony własności przemysłowej i prawa autorskiego odnoszące się do procesu projektowania zawartości mediów i działań marketingowych	MDIMW1P_W06	P6U_W; P6S_WK	3											1	1																									
zasady tworzenia i rozwoju przedsiębiorstwa działającego w obszarze mediów, szczególnie mobilnych i internetowych, w tym społecznościowych; korzystając przy tym z wiedzy z zakresu medjoznawstwa, zarządzania i wzornictwa	MDIMW1P_W07	P6U_W; P6S_WK; P6S_WG	11								1	1	1	1	1							1	1	1	1															1
kluczowe linie rozwojowe w obszarze designu oraz technologii informatycznych, sprzętów i narzędzi graficznych istotnych do skutecznego projektowania zawartości mediów i planowania działań marketingowych	MDIMW1P_W08	P6U_W; P6S_WG	15								1	1	1	1	1									1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
UMIEJĘTNOŚCI absolwent potrafi:				0			1	2	1	2	2	2	1	3	2	2	2	1	2	4	3	2	2	4	3	4	3	3	2	2	2	3	3	3	1	1	1	5	5	3
wykorzystać zaawansowaną wiedzę medjoznawczą i ekonomiczną do szczegółowego opisu i praktycznego analizowania procesów odbywających się w obrębie platform internetowych i mobilnych oraz rozwiązywać problemy i wykonywać zadania praktyczne związane z działalnością gospodarczą w warunkach nie w pełni przewidywalnych	MDIMW1P_U01	P6U_U; P6S_UW	8								1			1																							1	1	1	
dobierać źródła i informacje oraz dokonywać ich oceny, krytycznej analizy i syntezy, a także planować, realizować i interpretować badania związane ze sferą mediów i działań marketingowych, ze szczególnym uwzględnieniem zaawansowanych metod i technik informacyjno-komunikacyjnych oraz kanałów, szczególnie mobilnych i internetowych	MDIMW1P_U02	P6U_U; P6S_UW; P6S_UO	7								1													1														1	1	
prognozować efekt własnych działań w zakresie odbioru projektowanych form medialnych i działań marketingowych oraz gromadzonych i interpretowanych danych	MDIMW1P_U03	P6U_U; P6S_UW; P6S_UO; P6S_UU	6										1	1																								1	1	
prawidłowo posługiwać się normami prawnymi, zawodowymi i etycznymi podczas projektowania zawartości mediów, działań marketingowych i zarządzania danymi	MDIMW1P_U04	P6U_U; P6S_UW	6													1																						1	1	1

Macierz efektów uczenia się

Uczelnia:	Uniwersytet DSW Ideis
Wydział:	Studiów Stosowanych we Wrocławiu
Kierunek:	Media design i marketing wizerunkowy
Moduł kształcenia wybieralnego / w zakresie	Branding i zarządzanie marką
Stopień kształcenia:	pierwszy
Profil:	praktyczny
Czas trwania	6 semestrów
Obowiązuje od roku akademickiego	2026/2027

OPIS KIERUNKOWYCH EFEKTÓW UCZENIA SIĘ Po zakończeniu studiów absolwent osiąga następujące efekty uczenia się:	Symbol efektu uczenia się dla kierunku	Symbol charakterystyk	Stopień nasycenia efektu uczenia się	Moduły praktyk specjalnościowych			Moduły kształcenia wybieralnego (kształcenie w zakresie)												
				Praktyka zawodowa II	Praktyka zawodowa III	Praktyka zawodowa IV	Social Media Marketing	Badania wizerunku marki	Project Management	Reklama i komunikowanie marki	Strategia marki	Brand Design	Estetyka i design	Camera & Image - fotografia wizerunkowa	Content Marketing & Storytelling	Corporate design i graficzna komunikacja marki	Influencer marketing i personal branding	Design opakowań i produktów	Camera & Image - film wizerunkowy
WIEDZA absolwent zna i rozumie:				2	2	2	3	3	4	5	4	4	5	3	5	2	4	2	3
w zaawansowanym stopniu teorie, fakty i metody komunikowania i zarządzania przemysłami kreatywnymi, współczesnymi rynkami medialnymi, ze szczególnym uwzględnieniem rynku mediów elektronicznych, oraz złożone zależności między nimi	MDIMW1P_W01	P6U_W; P6S_WK	7				1	1	1	1	1		1				1		
złożone relacje między specyfiką produktów i usług a kształtem działań marketingowych i ich medialną formą, uwzględniając potrzeby użytkowników, jako odbiorców produktów i usług	MDIMW1P_W02	P6U_W; P6S_WG	10	1	1	1	1	1	1	1				1			1		
społeczne, kulturowe, kognitywne, etyczne, psychologiczne, ekonomiczne, prawne, technologiczne uwarunkowania różnych rodzajów działalności zawodowej związanej z kierunkiem oraz konteksty komunikowania we współczesnym świecie	MDIMW1P_W03	P6U_W; P6S_WK	6						1	1		1	1		1		1		
metody, techniki i narzędzia pozyskiwania, analizy i udostępniania danych potrzebnych do projektowania zawartości mediów oraz budowania w ich obrębie działań edukacyjnych i marketingowych	MDIMW1P_W04	P6U_W; P6S_WG	5				1	1			1				1				
normy i reguły projektowania zawartości mediów z perspektywy technologicznej, komunikacyjnej, funkcjonalnej, marketingowej oraz estetycznej	MDIMW1P_W05	P6U_W; P6S_WK; P6S_WG	9						1	1			1	1	1	1	1	1	1
zaawansowane pojęcia i zasady z zakresu ochrony własności przemysłowej i prawa autorskiego odnoszące się do procesu projektowania zawartości mediów i działań marketingowych	MDIMW1P_W06	P6U_W; P6S_WK	3									1		1					1

zasady tworzenia i rozwoju przedsiębiorstwa działającego w obszarze mediów, szczególnie mobilnych i internetowych, w tym społecznościowych; korzystając przy tym z wiedzy z zakresu medioznawstwa, zarządzania i wzornictwa	MDIMW1P_W07	P6U_W; P6S_WK; P6S_WG	6	1	1	1					1	1	1						
kluczowe linie rozwojowe w obszarze designu oraz technologii informatycznych, sprzętów i narzędzi graficznych istotnych do skutecznego projektowania zawartości mediów i planowania działań marketingowych	MDIMW1P_W08	P6U_W; P6S_WG	7									1	1	1	1	1		1	1
UMIĘJĘTNOŚCI absolwent potrafi:				3	3	3	3	3	2	6	2	3	1	2	4	2	6	2	2
wykorzystać zaawansowaną wiedzę medioznawczą i ekonomiczną do szczegółowego opisu i praktycznego analizowania procesów odbywających się w obrębie platform internetowych i mobilnych oraz rozwiązywać problemy i wykonywać zadania praktyczne związane z działalnością gospodarczą w warunkach nie w pełni przewidywalnych	MDIMW1P_U01	P6U_U; P6S_UW	5	1	1	1	1										1		
dobierać źródła i informacje oraz dokonywać ich oceny, krytycznej analizy i syntezy, a także planować, realizować i interpretować badania związane ze sferą mediów i działań marketingowych, ze szczególnym uwzględnieniem zaawansowanych metod i technik informacyjno-komunikacyjnych oraz kanałów, szczególnie mobilnych i internetowych	MDIMW1P_U02	P6U_U; P6S_UW; P6S_UO	4				1	1		1							1		
prognozować efekt własnych działań w zakresie odbioru projektowanych form medialnych i działań marketingowych oraz gromadzonych i interpretowanych danych	MDIMW1P_U03	P6U_U; P6S_UW; P6S_UO; P6S_UU	5					1		1	1				1		1		
prawidłowo posługiwać się normami prawnymi, zawodowymi i etycznymi podczas projektowania zawartości mediów, działań marketingowych i zarządzania danymi	MDIMW1P_U04	P6U_U; P6S_UW	7	1	1	1	1	1		1		1							
analizować i interpretować strategie marketingowe oraz społeczne aktywności podejmowane za pośrednictwem mediów, szczególnie mobilnych i internetowych, planować i realizować zadania marketingowe i dystrybuować produkty medialne	MDIMW1P_U05	P6U_U; P6S_UW; P6S_UK; P6S_UO	5						1	1	1				1		1		
świadomie tworzyć zawartość wizualną, tekstową i dźwiękową mediów, z uwzględnieniem mediów mobilnych i internetowych, w tym społecznościowych oraz grupy odbiorczej i perswazyjnych aspektów tekstu	MDIMW1P_U06	P6U_U; P6S_UW; P6S_UK	9							1		1	1	1	1	1	1	1	1
świadomie posługiwać się właściwymi technikami i technologiami realizacji typowymi dla mediów, szczególnie mobilnych i internetowych, w obszarze projektowania i tworzenia ich zawartości oraz interfejsów komunikacyjnych uwzględniających marketingowe cele	MDIMW1P_U07	P6U_U; P6S_UW; P6S_UK; P6S_UO	12	1	1	1			1	1		1		1	1	1	1	1	1
komunikować się, przedstawiać opinie, przygotować prace pisemne, stanowiska i dyskutować o nich z użyciem specjalistycznej terminologii z zakresu projektowania mediów i marketingu wizerunkowego w języku polskim lub języku obcym na poziomie B2 Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego, samodzielnie planować własne uczenie się przez całe życie	MDIMW1P_U08	P6U_U; P6S_UK; P6S_UU	0																
KOMPETENCJE SPOŁECZNE absolwent jest gotów do:				2	2	2	1	1	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2

BiZM

pracy indywidualnej i w zespole, przyjmując w nim określone role zawodowe i funkcje oraz będąc zdolnym do przedstawiania i uzasadniania swojego stanowiska oraz sprawnej organizacji pracy	MDIMW1P_K01	P6U_K; P6S_KO; P6S_KR;	6	1	1	1			1	1	1								
efektywnego wykorzystania: wyobraźni, intuicji, emocjonalności, zdolności twórczego i przedsiębiorczego myślenia w realizacji projektów medialnych	MDIMW1P_K02	P6S_KK; P6S_KO	12					1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
przestrzegania etyki zawodowej oraz krytycznej oceny posiadanej wiedzy i odbieranych treści projektów medialnych, realizowanych samodzielnie lub w zespole oraz wykorzystania konstruktywnej krytyki do korygowania pracy własnej i innych	MDIMW1P_K03	P6U_K; P6S_KK; P6S_KR	15	1	1	1	1		1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1

Macierz efektów uczenia się

Uczelnia: Uniwersytet DSW Ideis
Wydział: Studiów Stosowanych we Wrocławiu
Kierunek: Media design i marketing wizerunkowy
Moduł kształcenia wybieralnego / w zakresie UX Design
Stopień kształcenia: pierwszy
Profil: praktyczny
Czas trwania 6 semestrów
Obowiązuje od roku akademickiego 2026/2027

OPIS KIERUNKOWYCH EFEKTÓW UCZENIA SIĘ Po zakończeniu studiów absolwent osiąga następujące efekty uczenia się:	Symbol efektu uczenia się dla kierunku	Symbol charakterystyk	Stopień nasycenia efektu uczenia się	Moduły praktyk specjalnościowych			Moduły kształcenia wybieralnego (kształcenie w zakresie)									
				Praktyka zawodowa II	Praktyka zawodowa III	Praktyka zawodowa IV	Psychologia percepcji i behawioralna w UX	Interakcja człowiek-komputer (HCI)	Podstawy programowania dla projektantów UX	Badania użytkowników i analiza danych UX	Projektowanie interfejsów i prototypowanie	Testowanie użyteczności: metody i narzędzia	Projektowanie dostępnych doświadczeń cyfrowych (Accessibility UX)	Narracja wizualna i mikrointerakcje w designie	Design systemy: tworzenie skalowalnych rozwiązań UX	Zarządzanie projektami UX i współpraca w zespołach interdyscyplinarnych
WIEDZA absolwent zna i rozumie:				2	2	2	1	3	3	2	3	2	2	3	2	2
w zaawansowanym stopniu teorie, fakty i metody komunikowania i zarządzania przemyśłami kreatywnymi, współczesnymi rynkami medialnymi, ze szczególnym uwzględnieniem rynku mediów elektronicznych, oraz złożone zależności między nimi	MDIMW1P_W01	P6U_W; P6S_WK	2					1								1
złożone relacje między specyfiką produktów i usług a kształtem działań marketingowych i ich medialną formą, uwzględniając potrzeby użytkowników, jako odbiorców produktów i usług	MDIMW1P_W02	P6U_W; P6S_WG	8	1	1	1	1	1		1		1		1		
społeczne, kulturowe, kognitywne, etyczne, psychologiczne, ekonomiczne, prawne, technologiczne uwarunkowania różnych rodzajów działalności zawodowej związanej z kierunkiem oraz konteksty komunikowania we współczesnym świecie	MDIMW1P_W03	P6U_W; P6S_WK	2					1								1
metody, techniki i narzędzia pozyskiwania, analizy i udostępniania danych potrzebnych do projektowania zawartości mediów oraz budowania w ich obrębie działań edukacyjnych i marketingowych	MDIMW1P_W04	P6U_W; P6S_WG	4							1	1	1			1	
normy i reguły projektowania zawartości mediów z perspektywy technologicznej, komunikacyjnej, funkcjonalnej, marketingowej oraz estetycznej	MDIMW1P_W05	P6U_W; P6S_WK; P6S_WG	4							1		1		1		

UX Design

zaawansowane pojęcia i zasady z zakresu ochrony własności przemysłowej i prawa autorskiego odnoszące się do procesu projektowania zawartości mediów i działań marketingowych	MDIMW1P_W06	P6U_W; P6S_WK	0													
zasady tworzenia i rozwoju przedsiębiorstwa działającego w obszarze mediów, szczególnie mobilnych i internetowych, w tym społecznościowych; korzystając przy tym z wiedzy z zakresu medioznawstwa, zarządzania i wzornictwa	MDIMW1P_W07	P6U_W; P6S_WK; P6S_WG	3	1	1	1										
kluczowe linie rozwojowe w obszarze designu oraz technologii informatycznych, sprzętów i narzędzi graficznych istotnych do skutecznego projektowania zawartości mediów i planowania działań marketingowych	MDIMW1P_W08	P6U_W; P6S_WG	6						1		1	1	1	1	1	
UMIĘJĘTNOŚCI absolwent potrafi:				3	3	3	2	2	2	3	2	2	3	2	2	3
wykorzystać zaawansowaną wiedzę medioznawczą i ekonomiczną do szczegółowego opisu i praktycznego analizowania procesów odbywających się w obrębie platform internetowych i mobilnych oraz rozwiązywać problemy i wykonywać zadania praktyczne związane z działalnością gospodarczą w warunkach nie w pełni przewidywalnych	MDIMW1P_U01	P6U_U; P6S_UW	4	1	1	1		1								
dobierać źródła i informacje oraz dokonywać ich oceny, krytycznej analizy i syntezy, a także planować, realizować i interpretować badania związane ze sferą mediów i działań marketingowych, ze szczególnym uwzględnieniem zaawansowanych metod i technik informacyjno-komunikacyjnych oraz kanałów, szczególnie mobilnych i internetowych	MDIMW1P_U02	P6U_U; P6S_UW; P6S_UO	4				1			1		1			1	
prognozować efekt własnych działań w zakresie odbioru projektowanych form medialnych i działań marketingowych oraz gromadzonych i interpretowanych danych	MDIMW1P_U03	P6U_U; P6S_UW; P6S_UO; P6S_UU	3				1						1			1
prawidłowo posługiwać się normami prawnymi, zawodowymi i etycznymi podczas projektowania zawartości mediów, działań marketingowych i zarządzania danymi	MDIMW1P_U04	P6U_U; P6S_UW	6	1	1	1				1			1		1	
analizować i interpretować strategie marketingowe oraz społeczne aktywności podejmowane za pośrednictwem mediów, szczególnie mobilnych i internetowych, planować i realizować zadania marketingowe i dystrybuować produkty medialne	MDIMW1P_U05	P6U_U; P6S_UW; P6S_UK; P6S_UO	2							1		1				
świadomie tworzyć zawartość wizualną, tekstową i dźwiękową mediów, z uwzględnieniem mediów mobilnych i internetowych, w tym społecznościowych oraz grupy odbiorczej i perswazyjnych aspektów tekstu	MDIMW1P_U06	P6U_U; P6S_UW; P6S_UK	4						1		1		1	1		
świadomie posługiwać się właściwymi technikami i technologiami realizacji typowymi dla mediów, szczególnie mobilnych i internetowych, w obszarze projektowania i tworzenia ich zawartości oraz interfejsów komunikacyjnych uwzględniających marketingowe cele	MDIMW1P_U07	P6U_U; P6S_UW; P6S_UK; P6S_UO	8	1	1	1		1	1		1			1		1

UX Design

komunikować się, przedstawiać opinie, przygotować prace pisemne, stanowiska i dyskutować o nich z użyciem specjalistycznej terminologii z zakresu projektowania mediów i marketingu wizerunkowego w języku polskim lub języku obcym na poziomie B2 Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego, samodzielnie planować własne uczenie się przez całe życie	MDIMW1P_U08	P6U_U; P6S_UK; P6S_UU	1														1
KOMPETENCJE SPOŁECZNE absolwent jest gotów do:				2	2	2	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	2
pracy indywidualnej i w zespole, przyjmując w nim określone role zawodowe i funkcje oraz będąc zdolnym do przedstawiania i uzasadniania swojego stanowiska oraz sprawnej organizacji pracy	MDIMW1P_K01	P6U_K; P6S_KO; P6S_KR;	5	1	1	1				1							1
efektywnego wykorzystania: wyobraźni, intuicji, emocjonalności, zdolności twórczego i przedsiębiorczego myślenia w realizacji projektów medialnych	MDIMW1P_K02	P6S_KK; P6S_KO	7				1	1	1		1			1	1	1	
przestrzegania etyki zawodowej oraz krytycznej oceny posiadanej wiedzy i odbieranych treści projektów medialnych, realizowanych samodzielnie lub w zespole oraz wykorzystania konstruktywnej krytyki do korygowania pracy własnej i innych	MDIMW1P_K03	P6U_K; P6S_KK; P6S_KR	6	1	1	1				1		1					1

Macierz efektów uczenia się

Uczelnia:	Uniwersytet DSW Ideis
Wydział:	Studiów Stosowanych we Wrocławiu
Kierunek:	Media design i marketing wizerunkowy
Moduł kształcenia wybieralnego / w zakresie	Grafika i multimedia
Stopień kształcenia:	pierwszy
Profil:	praktyczny
Czas trwania	6 semestrów
Obowiązuje od roku akademickiego	2026/2027

OPIS KIERUNKOWYCH EFEKTÓW UCZENIA SIĘ Po zakończeniu studiów absolwent osiąga następujące efekty uczenia się:	Symbol efektu uczenia się dla kierunku	Symbol charakterystyk	Stopień nasycenia efektu uczenia się	Moduły praktyk specjalnościowych			Moduły kształcenia wybieralnego (kształcenie w zakresie)											
				Praktyka zawodowa II	Praktyka zawodowa III	Praktyka zawodowa IV	Nurty i trendy w grafice	Projektowanie stron i serwisów internetowych	Psychologia i psychofizjologia widzenia	Cyfrowa edycja zdjęć	Systemy identyfikacji wizualnej	Warsztat dźwięku	Komunikacja multimedialna	Produkcja, edycja i montaż wideo	Animacja klasyczna i cyfrowa (2D)	Projektowanie i animacje graficzne	Warsztat motion capture	Podstawy tworzenia gier komputerowych
WIEDZA absolwent zna i rozumie:				2	2	2	3	3	4	3	3	3	3	4	2	3	2	3
w zaawansowanym stopniu teorie, fakty i metody komunikowania i zarządzania przemysłami kreatywnymi, współczesnymi rynkami medialnymi, ze szczególnym uwzględnieniem rynku mediów elektronicznych, oraz złożone zależności między nimi	MDIMW1P_W01	P6U_W; P6S_WK	5				1		1		1		1				1	
złożone relacje między specyfiką produktów i usług a kształtem działań marketingowych i ich medialną formą, uwzględniając potrzeby użytkowników, jako odbiorców produktów i usług	MDIMW1P_W02	P6U_W; P6S_WG	5	1	1	1			1		1							
społeczne, kulturowe, kognitywne, etyczne, psychologiczne, ekonomiczne, prawne, technologiczne uwarunkowania różnych rodzajów działalności zawodowej związanej z kierunkiem oraz konteksty komunikowania we współczesnym świecie	MDIMW1P_W03	P6U_W; P6S_WK	4				1		1			1	1					
metody, techniki i narzędzia pozyskiwania, analizy i udostępniania danych potrzebnych do projektowania zawartości mediów oraz budowania w ich obrębie działań edukacyjnych i marketingowych	MDIMW1P_W04	P6U_W; P6S_WG	5					1				1		1			1	1
normy i reguły projektowania zawartości mediów z perspektywy technologicznej, komunikacyjnej, funkcjonalnej, marketingowej oraz estetycznej	MDIMW1P_W05	P6U_W; P6S_WK; P6S_WG	8					1	1	1		1		1	1	1		1
zaawansowane pojęcia i zasady z zakresu ochrony własności przemysłowej i prawa autorskiego odnoszące się do procesu projektowania zawartości mediów i działań marketingowych	MDIMW1P_W06	P6U_W; P6S_WK	3							1				1		1		

zasady tworzenia i rozwoju przedsiębiorstwa działającego w obszarze mediów, szczególnie mobilnych i internetowych, w tym społecznościowych; korzystając przy tym z wiedzy z zakresu medioznawstwa, zarządzania i wzornictwa	MDIMW1P_W07	P6U_W; P6S_WK; P6S_WG	4	1	1	1								1				
kluczowe linie rozwojowe w obszarze designu oraz technologii informatycznych, sprzętów i narzędzi graficznych istotnych do skutecznego projektowania zawartości mediów i planowania działań marketingowych	MDIMW1P_W08	P6U_W; P6S_WG	8				1	1		1	1			1	1	1		1
UMIEJĘTNOŚCI absolwent potrafi:				3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	4	3	4
wykorzystać zaawansowaną wiedzę medioznawczą i ekonomiczną do szczegółowego opisu i praktycznego analizowania procesów odbywających się w obrębie platform internetowych i mobilnych oraz rozwiązywać problemy i wykonywać zadania praktyczne związane z działalnością gospodarczą w warunkach nie w pełni przewidywalnych	MDIMW1P_U01	P6U_U; P6S_UW	5	1	1	1	1	1										
dobierać źródła i informacje oraz dokonywać ich oceny, krytycznej analizy i syntezy, a także planować, realizować i interpretować badania związane ze sferą mediów i działań marketingowych, ze szczególnym uwzględnieniem zaawansowanych metod i technik informacyjno-komunikacyjnych oraz kanałów, szczególnie mobilnych i internetowych	MDIMW1P_U02	P6U_U; P6S_UW; P6S_UO	4				1	1	1					1				
prognozować efekt własnych działań w zakresie odbioru projektowanych form medialnych i działań marketingowych oraz gromadzonych i interpretowanych danych	MDIMW1P_U03	P6U_U; P6S_UW; P6S_UO; P6S_UU	7							1	1	1				1	1	1
prawidłowo posługiwać się normami prawnymi, zawodowymi i etycznymi podczas projektowania zawartości mediów, działań marketingowych i zarządzania danymi	MDIMW1P_U04	P6U_U; P6S_UW	4	1	1	1											1	
analizować i interpretować strategie marketingowe oraz społeczne aktywności podejmowane za pośrednictwem mediów, szczególnie mobilnych i internetowych, planować i realizować zadania marketingowe i dystrybuować produkty medialne	MDIMW1P_U05	P6U_U; P6S_UW; P6S_UK; P6S_UO	5				1	1	1				1					
świadomie tworzyć zawartość wizualną, tekstową i dźwiękową mediów, z uwzględnieniem mediów mobilnych i internetowych, w tym społecznościowych oraz grupy odbiorczej i perswazyjnych aspektów tekstu	MDIMW1P_U06	P6U_U; P6S_UW; P6S_UK	7							1			1		1	1	1	1
świadomie posługiwać się właściwymi technikami i technologiami realizacji typowymi dla mediów, szczególnie mobilnych i internetowych, w obszarze projektowania i tworzenia ich zawartości oraz interfejsów komunikacyjnych uwzględniających marketingowe cele	MDIMW1P_U07	P6U_U; P6S_UW; P6S_UK; P6S_UO	9	1	1	1							1		1	1	1	1
komunikować się, przedstawić opinie, przygotować prace pisemne, stanowiska i dyskutować o nich z użyciem specjalistycznej terminologii z zakresu projektowania mediów i marketingu wizerunkowego w języku polskim lub języku obcym na poziomie B2 Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego, samodzielnie planować własne uczenie się przez całe życie	MDIMW1P_U08	P6U_U; P6S_UK; P6S_UU	5										1	1	1	1		1

KOMPETENCJE SPOŁECZNE absolwent jest gotów do:				2	2	2	2	1	1	2	1	2	1	2	2	2	1	2
pracy indywidualnej i w zespole, przyjmując w nim określone role zawodowe i funkcje oraz będąc zdolnym do przedstawiania i uzasadniania swojego stanowiska oraz sprawnej organizacji pracy	MDIMW1P_K01	P6U_K; P6S_KO; P6S_KR;	8	1	1	1	1			1	1	1	1					
efektywnego wykorzystania: wyobraźni, intuicji, emocjonalności, zdolności twórczego i przedsiębiorczego myślenia w realizacji projektów medialnych	MDIMW1P_K02	P6S_KK; P6S_KO	7					1	1			1		1	1	1		1
przestrzegania etyki zawodowej oraz krytycznej oceny posiadanej wiedzy i odbieranych treści projektów medialnych, realizowanych samodzielnie lub w zespole oraz wykorzystania konstruktywnej krytyki do korygowania pracy własnej i innych	MDIMW1P_K03	P6U_K; P6S_KK; P6S_KR	10	1	1	1	1			1				1	1	1	1	1

Macierz efektów uczenia się

Uczelnia: Uniwersytet DSW Ideis
Wydział: Studiów Stosowanych we Wrocławiu
Kierunek: Media design i marketing wizerunkowy
Moduł kształcenia wybieralnego / w zakresie Komunikacja wizerunkowa i reklama z elementami AI
Stopień kształcenia: pierwszy
Profil: praktyczny
Czas trwania 6 semestrów
Obowiązuje od roku akademickiego 2026/2027

OPIS KIERUNKOWYCH EFEKTÓW UCZENIA SIĘ Po zakończeniu studiów absolwent osiąga następujące efekty uczenia się:	Symbol efektu uczenia się dla kierunku	Symbol charakterystyki	Stopień nasycenia efektu uczenia się	Moduły praktyk specjalnościowych			Moduły kształcenia wybieralnego (kształcenie w zakresie)									
				Praktyka zawodowa II	Praktyka zawodowa III	Praktyka zawodowa IV	Marketing i PR - definicje, techniki, narzędzia	Warsztaty brandingowe	Projektowanie komunikacji z wykorzystaniem AI	Projektowanie kampanii reklamowej z wykorzystaniem AI	Realizacja dźwięku	Projektowanie identyfikacji	Branżowe warsztaty telewizyjne i filmowe	Design wizualizacji z wykorzystaniem AI	Komunikacja w organizacji	Język dziennikarstwa branżowego
WIEDZA absolwent zna i rozumie:				2	2	2	3	3	4	3	3	3	3	2	3	3
w zaawansowanym stopniu teorie, fakty i metody komunikowania i zarządzania przemyśłami kreatywnymi, współczesnymi rynkami medialnymi, ze szczególnym uwzględnieniem rynku mediów elektronicznych, oraz złożone zależności między nimi	MDIMW1P_W01	P6U_W; P6S_WK	4					1	1						1	1
złożone relacje między specyfiką produktów i usług a kształtem działań marketingowych i ich medialną formą, uwzględniając potrzeby użytkowników, jako odbiorców produktów i usług	MDIMW1P_W02	P6U_W; P6S_WG	5	1	1	1	1			1						
społeczne, kulturowe, kognitywne, etyczne, psychologiczne, ekonomiczne, prawne, technologiczne uwarunkowania różnych rodzajów działalności zawodowej związanej z kierunkiem oraz konteksty komunikowania we współczesnym świecie	MDIMW1P_W03	P6U_W; P6S_WK	6				1		1	1		1			1	1
metody, techniki i narzędzia pozyskiwania, analizy i udostępniania danych potrzebnych do projektowania zawartości mediów oraz budowania w ich obrębie działań edukacyjnych i marketingowych	MDIMW1P_W04	P6U_W; P6S_WG	4					1				1		1	1	
normy i reguły projektowania zawartości mediów z perspektywy technologicznej, komunikacyjnej, funkcjonalnej, marketingowej oraz estetycznej	MDIMW1P_W05	P6U_W; P6S_WK; P6S_WG	5						1			1	1	1		1

zaawansowane pojęcia i zasady z zakresu ochrony własności przemysłowej i prawa autorskiego odnoszące się do procesu projektowania zawartości mediów i działań marketingowych	MDIMW1P_W06	P6U_W; P6S_WK	2							1	1							
zasady tworzenia i rozwoju przedsiębiorstwa działającego w obszarze mediów, szczególnie mobilnych i internetowych, w tym społecznościowych; korzystając przy tym z wiedzy z zakresu medioznawstwa, zarządzania i wzornictwa	MDIMW1P_W07	P6U_W; P6S_WK; P6S_WG	5	1	1	1	1										1	
kluczowe linie rozwojowe w obszarze designu oraz technologii informatycznych, sprzętów i narzędzi graficznych istotnych do skutecznego projektowania zawartości mediów i planowania działań marketingowych	MDIMW1P_W08	P6U_W; P6S_WG	5						1			1	1	1	1			
UMIĘJĘTNOŚCI absolwent potrafi:				3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	
wykorzystać zaawansowaną wiedzę medioznawczą i ekonomiczną do szczegółowego opisu i praktycznego analizowania procesów odbywających się w obrębie platform internetowych i mobilnych oraz rozwiązywać problemy i wykonywać zadania praktyczne związane z działalnością gospodarczą w warunkach nie w pełni przewidywalnych	MDIMW1P_U01	P6U_U; P6S_UW	6	1	1	1	1					1					1	
dobierać źródła i informacje oraz dokonywać ich oceny, krytycznej analizy i syntezy, a także planować, realizować i interpretować badania związane ze sferą mediów i działań marketingowych, ze szczególnym uwzględnieniem zaawansowanych metod i technik informacyjno-komunikacyjnych oraz kanałów, szczególnie mobilnych i internetowych	MDIMW1P_U02	P6U_U; P6S_UW; P6S_UO	4					1	1	1	1							
prognozować efekt własnych działań w zakresie odbioru projektowanych form medialnych i działań marketingowych oraz gromadzonych i interpretowanych danych	MDIMW1P_U03	P6U_U; P6S_UW; P6S_UO; P6S_UU	5						1				1	1	1	1		
prawidłowo posługiwać się normami prawnymi, zawodowymi i etycznymi podczas projektowania zawartości mediów, działań marketingowych i zarządzania danymi	MDIMW1P_U04	P6U_U; P6S_UW	3	1	1	1												
analizować i interpretować strategie marketingowe oraz społeczne aktywności podejmowane za pośrednictwem mediów, szczególnie mobilnych i internetowych, planować i realizować zadania marketingowe i dystrybuować produkty medialne	MDIMW1P_U05	P6U_U; P6S_UW; P6S_UK; P6S_UO	6					1	1	1	1						1	1
świadomie tworzyć zawartość wizualną, tekstową i dźwiękową mediów, z uwzględnieniem mediów mobilnych i internetowych, w tym społecznościowych oraz grupy odbiorczej i perswazyjnych aspektów tekstu	MDIMW1P_U06	P6U_U; P6S_UW; P6S_UK	4										1	1		1		1
świadomie posługiwać się właściwymi technikami i technologiami realizacji typowymi dla mediów, szczególnie mobilnych i internetowych, w obszarze projektowania i tworzenia ich zawartości oraz interfejsów komunikacyjnych uwzględniających marketingowe cele	MDIMW1P_U07	P6U_U; P6S_UW; P6S_UK; P6S_UO	5	1	1	1							1	1				

komunikować się, przedstawiać opinie, przygotować prace pisemne, stanowiska i dyskutować o nich z użyciem specjalistycznej terminologii z zakresu projektowania mediów i marketingu wizerunkowego w języku polskim lub języku obcym na poziomie B2 Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego, samodzielnie planować własne uczenie się przez całe życie	MDIMW1P_U08	P6U_U; P6S_UK; P6S_UU	4						1				1		1	1
KOMPETENCJE SPOŁECZNE absolwent jest gotów do:				2	2	2	1	2	1	2	1	2	1	1	2	2
pracy indywidualnej i w zespole, przyjmując w nim określone role zawodowe i funkcje oraz będąc zdolnym do przedstawiania i uzasadniania swojego stanowiska oraz sprawnej organizacji pracy	MDIMW1P_K01	P6U_K; P6S_KO; P6S_KR;	7	1	1	1		1		1		1			1	
efektywnego wykorzystania: wyobraźni, intuicji, emocjonalności, zdolności twórczego i przedsiębiorczego myślenia w realizacji projektów medialnych	MDIMW1P_K02	P6S_KK; P6S_KO	7					1	1		1	1	1	1		1
przestrzegania etyki zawodowej oraz krytycznej oceny posiadanej wiedzy i odbieranych treści projektów medialnych, realizowanych samodzielnie lub w zespole oraz wykorzystania konstruktywnej krytyki do korygowania pracy własnej i innych	MDIMW1P_K03	P6U_K; P6S_KK; P6S_KR	7	1	1	1	1			1					1	1

Macierz efektów uczenia się

Uczelnia:	Uniwersytet DSW Ideis
Wydział:	Studiów Stosowanych we Wrocławiu
Kierunek:	Media design i marketing wizerunkowy
Moduł kształcenia wybieralnego / w zakresie	Marketing i social media w biznesie
Stopień kształcenia:	pierwszy
Profil:	praktyczny
Czas trwania	6 semestrów
Obowiązuje od roku akademickiego	2026/2027

OPIS KIERUNKOWYCH EFEKTÓW UCZENIA SIĘ Po zakończeniu studiów absolwent osiąga następujące efekty uczenia się:	Symbol efektu uczenia się dla kierunku	Symbol charakterystyk	Stopień nasycenia efektu uczenia się	Moduły praktyk specjalnościowych			Moduły kształcenia wybieralnego (kształcenie w zakresie)												
				Praktyka zawodowa II	Praktyka zawodowa III	Praktyka zawodowa IV	Design thinking	Kreowanie marki i wizerunku przedsiębiorstwa	Psychologia społeczna w marketingu i reklamie	Spoleczna odpowiedzialność biznesu	Trendy w technologiach internetowych	Trening kompetencji menedżerskich	Badania marketingowe i monitorowanie rynku	SEO/SEM	Zarządzanie projektami	Tworzenie strategii internetowych i mobilnych	Media relations i publicity	Zarządzanie relacjami z klientami (CRM)	Marketing międzynarodowy
WIEDZA absolwent zna i rozumie:				2	2	2	3	2	2	3	3	3	2	3	4	3	3	2	4
w zaawansowanym stopniu teorie, fakty i metody komunikowania i zarządzania przemysłami kreatywnymi, współczesnymi rynkami medialnymi, ze szczególnym uwzględnieniem rynku mediów elektronicznych, oraz złożone zależności między nimi	MDIMW1P_W01	P6U_W; P6S_WK	4							1				1					1
złożone relacje między specyfiką produktów i usług a kształtem działań marketingowych i ich medialną formą, uwzględniając potrzeby użytkowników, jako odbiorców produktów i usług	MDIMW1P_W02	P6U_W; P6S_WG	8	1	1	1		1			1				1				1
społeczne, kulturowe, kognitywne, etyczne, psychologiczne, ekonomiczne, prawne, technologiczne uwarunkowania różnych rodzajów działalności zawodowej związanej z kierunkiem oraz konteksty komunikowania we współczesnym świecie	MDIMW1P_W03	P6U_W; P6S_WK	6							1	1		1	1			1		
metody, techniki i narzędzia pozyskiwania, analizy i udostępniania danych potrzebnych do projektowania zawartości mediów oraz budowania w ich obrębie działań edukacyjnych i marketingowych	MDIMW1P_W04	P6U_W; P6S_WG	5				1							1	1		1		1
normy i reguły projektowania zawartości mediów z perspektywy technologicznej, komunikacyjnej, funkcjonalnej, marketingowej oraz estetycznej	MDIMW1P_W05	P6U_W; P6S_WK; P6S_WG	6				1					1			1		1		1
zaawansowane pojęcia i zasady z zakresu ochrony własności przemysłowej i prawa autorskiego odnoszące się do procesu projektowania zawartości mediów i działań marketingowych	MDIMW1P_W06	P6U_W; P6S_WK	3												1		1		1

zasady tworzenia i rozwoju przedsiębiorstwa działającego w obszarze mediów, szczególnie mobilnych i internetowych, w tym społecznościowych; korzystając przy tym z wiedzy z zakresu medioznawstwa, zarządzania i wzornictwa	MDIMW1P_W07	P6U_W; P6S_WK; P6S_WG	6	1	1	1		1		1		1							
kluczowe linie rozwojowe w obszarze designu oraz technologii informatycznych, sprzętów i narzędzi graficznych istotnych do skutecznego projektowania zawartości mediów i planowania działań marketingowych	MDIMW1P_W08	P6U_W; P6S_WG	5				1					1		1		1			1
UMIĘJĘTNOŚCI absolwent potrafi:				3	3	3	2	3	2	3	2	2	3	3	3	4	3	2	2
wykorzystać zaawansowaną wiedzę medioznawczą i ekonomiczną do szczegółowego opisu i praktycznego analizowania procesów odbywających się w obrębie platform internetowych i mobilnych oraz rozwiązywać problemy i wykonywać zadania praktyczne związane z działalnością gospodarczą w warunkach nie w pełni przewidywalnych	MDIMW1P_U01	P6U_U; P6S_UW	4	1	1	1								1					
dobierać źródła i informacje oraz dokonywać ich oceny, krytycznej analizy i syntezy, a także planować, realizować i interpretować badania związane ze sferą mediów i działań marketingowych, ze szczególnym uwzględnieniem zaawansowanych metod i technik informacyjno-komunikacyjnych oraz kanałów, szczególnie mobilnych i internetowych	MDIMW1P_U02	P6U_U; P6S_UW; P6S_UO	5										1	1	1		1	1	
prognozować efekt własnych działań w zakresie odbioru projektowanych form medialnych i działań marketingowych oraz gromadzonych i interpretowanych danych	MDIMW1P_U03	P6U_U; P6S_UW; P6S_UO; P6S_UU	6				1	1		1				1		1	1		
prawidłowo posługiwać się normami prawnymi, zawodowymi i etycznymi podczas projektowania zawartości mediów, działań marketingowych i zarządzania danymi	MDIMW1P_U04	P6U_U; P6S_UW	5	1	1	1				1			1						
analizować i interpretować strategie marketingowe oraz społeczne aktywności podejmowane za pośrednictwem mediów, szczególnie mobilnych i internetowych, planować i realizować zadania marketingowe i dystrybuować produkty medialne	MDIMW1P_U05	P6U_U; P6S_UW; P6S_UK; P6S_UO	6					1	1				1		1	1		1	
świadomie tworzyć zawartość wizualną, tekstową i dźwiękową mediów, z uwzględnieniem mediów mobilnych i internetowych, w tym społecznościowych oraz grupy odbiorczej i perswazyjnych aspektów tekstu	MDIMW1P_U06	P6U_U; P6S_UW; P6S_UK	6					1		1	1					1	1		1
świadomie posługiwać się właściwymi technikami i technologiami realizacji typowymi dla mediów, szczególnie mobilnych i internetowych, w obszarze projektowania i tworzenia ich zawartości oraz interfejsów komunikacyjnych uwzględniających marketingowe cele	MDIMW1P_U07	P6U_U; P6S_UW; P6S_UK; P6S_UO	6	1	1	1					1			1	1				
komunikować się, przedstawiać opinie, przygotować prace pisemne, stanowiska i dyskutować o nich z użyciem specjalistycznej terminologii z zakresu projektowania mediów i marketingu wizerunkowego w języku polskim lub języku obcym na poziomie B2 Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego, samodzielnie planować własne uczenie się przez całe życie	MDIMW1P_U08	P6U_U; P6S_UK; P6S_UU	5				1		1			1	1						1

KOMPETENCJE SPOŁECZNE absolwent jest gotów do:				2	2	2	2	1	2	2	1	2	2	1	2	1	2	2	1
pracy indywidualnej i w zespole, przyjmując w nim określone role zawodowe i funkcje oraz będąc zdolnym do przedstawiania i uzasadniania swojego stanowiska oraz sprawnej organizacji pracy	MDIMW1P_K01	P6U_K; P6S_KO; P6S_KR;	11	1	1	1	1	1	1	1		1	1		1			1	
efektywnego wykorzystania: wyobraźni, intuicji, emocjonalności, zdolności twórczego i przedsiębiorczego myślenia w realizacji projektów medialnych	MDIMW1P_K02	P6S_KK; P6S_KO	7				1		1		1			1		1	1		1
przestrzegania etyki zawodowej oraz krytycznej oceny posiadanej wiedzy i odbieranych treści projektów medialnych, realizowanych samodzielnie lub w zespole oraz wykorzystania konstruktywnej krytyki do korygowania pracy własnej i innych	MDIMW1P_K03	P6U_K; P6S_KK; P6S_KR	9	1	1	1				1		1	1		1		1	1	

KOMPETENCJE SPOLECZNE				0				2	1	1	1	2	1	3	2	2	2	3	1	3	2	1	2	3	3	2	2	2	2	1	3	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	3	2	2	2	2									
absolwent jest gotów do:																																																										
pracy indywidualnej i w zespole, przyjmując w nim określone role zawodowe i funkcje oraz będąc zdolnym do przedstawiania i uzasadniania swojego stanowiska oraz sprawnej organizacji pracy	MDIMW1P_K01	P6U_K; P6S_KO; P6S_KR;	20					1			1			1	1	1		1																																								
efektywnego wykorzystania: wyobraźni, intuicji, emocjonalności, zdolności twórczego i przedsiębiorczego myślenia w realizacji projektów medialnych	MDIMW1P_K02	P6S_KK; P6S_KO	25					1						1			1	1																																								
przestrzegania etyki zawodowej oraz krytycznej oceny posiadanej wiedzy i odbieranych treści projektów medialnych, realizowanych samodzielnie lub w zespole oraz wykorzystania konstruktywnej krytyki do korygowania pracy własnej i innych	MDIMW1P_K03	P6U_K; P6S_KK; P6S_KR	43					1		1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1

Sumaryczne wskaźniki ECTS

Wydział: Studiów Stosowanych we Wrocławiu
Kierunek: Media design i marketing wizerunkowy
Moduł kształcenia wybieralnego / w zakresie: Branding i zarządzanie marką
Stopień kształcenia: pierwszy
Profil: praktyczny
Forma studiów: niestacjonarna
Czas trwania: 6 semestrów

Obowiązuje od roku akademickiego: 2026/2027

				SUMA W %					40,3%	4,9%	54,9%	84,3%	43,6%	10,8%	97,2%	2,8%	75,0%	25,0%
				SUMA PUNKTÓW ECTS					72,5	8,9	98,8	151,7	78,5	19,4	175,0	5,0	135,0	45,0
Lp.	Kod przedmiotu	Nazwa przedmiotu/modułu kształcenia	E/O/ZAL	ECTS	Liczba godz.				Wskaźniki ECTS									
					ogół.	wyk.	ćw.	p/e	bepośredni kontakt	Punkty ECTS za aktywność niewymagającą udziału nauczyciela akademickiego		praktyczne	wybieralne	z wykorzystaniem metod i technik kształcenia na odległość	zajęcia z dziedziny nauk społecznych	zajęcia z dziedziny nauk humanistycznych	dyscyplina wiodąca	dyscypliny uzupełniające
										e-learning	praca własna studenta							
Moduły kształcenia podstawowego																		
1	N1-00-KOMPRZY1-1	Kompetencje przyszłości I	zal	2	12	0	12	0	0,5	0,0	1,5	2,0		0,0	2,0		2,0	0,0
2	N1-00-KOMPRZY2-2	Kompetencje przyszłości II	zal	2	12	0	12	0	0,5	0,0	1,5	2,0		0,0	2,0		2,0	0,0
3	N1-00-KOMPRZY3-3	Kompetencje przyszłości III	zal	2	12	0	12	0	0,5	0,0	1,5	2,0		0,0	2,0		2,0	0,0
4	N1-00-BHP-1	Szkolenie wstępne z zakresu BHP	zal	0	4	0	0	4	0,0	0,2	0,0	0,0		0,2	0,0		0,0	0,0
5	N1-62-WSTKOM-1	Wstęp do nauki o komunikowaniu	E	4	18	18	0	0	0,7	0,0	3,3	0,0		0,7	4,0		4,0	0,0
6	N1-62-HIMEWIS-1	Historia mediów wizualnych i sieciowych	E	3	18	18	0	0	0,7	0,0	2,3	0,0		0,7	3,0		2,0	1,0
7	N1-62-POPGR-1	Podstawy projektowania graficznego	O	3	24	0	24	0	1,0	0,0	2,0	3,0		0,0	3,0		3,0	0,0
8	N1-62-HISSZTID-1	Historia sztuki i designu	E	3	18	18	0	0	0,7	0,0	2,3	0,0		0,7	2,0	1,0	3,0	0,0
9	N1-62-KOMJEZKJ-1	Kompetencja językowa - kultura języka	O	4	26	12	14	0	1,0	0,0	3,0	2,2		0,5	1,0	3,0	3,0	1,0
10	N1-62-SOCMED-2	Socjologia mediów	E	3	26	12	14		1,0	0,0	2,0	1,7		0,5	3,0		3,0	0,0
11	N1-62-PWS-4	Problemy współczesnego świata	O	2,5	24	12	12	0	1,0	0,0	1,5	1,3		0,5	2,5		2,0	0,5
12	N1-60-KOMPJEZCwic-2	Kompetencja językowa - creative writing i copywriting	O	2	24	12	12	0	1,0	0,0	1,0	1,0		0,5	1,0	1,0	2,0	0,0
13	N1-62-WSPRYNMED-2	Współczesne rynki medialne	E	2	12	12	0	0	0,5	0,0	1,5	0,0		0,5	2,0		2,0	0,0

14	N1-62-PODSTZARZ-2	Podstawy zarządzania	O	4	56	12	12	32	1,0	1,3	1,7	3,1		1,8	4,0		0,0	4,0
15	N1-62-PODSPRZEDS-3	Podstawy przedsiębiorczości	O	2	24	12	12	0	1,0	0,0	1,0	1,0		0,5	2,0		0,0	2,0
16	N1-62-PRAAIPWI-3	Prawo autorskie i prawo własności intelektualnej	E	2	12	12	0	0	0,5	0,0	1,5	0,0		0,5	2,0		1,0	1,0
17	N1-62-SZTPER-2	Sztuka perswazji	O	2	24	12	12	0	1,0	0,0	1,0	1,0		0,5	2,0		1,0	1,0
18																		
Moduły kształcenia kierunkowego																		
1	N1-62-MPOIKW-1	Metody prezentacji osobistej i kreowanie wizerunku	O	3	14	0	14	0	0,6	0,0	2,4	3,0		0,0	3,0		2,0	1,0
2	N1-62-KOMWI-1	Komunikacja wizualna	O	4	24	12	12	0	1,0	0,0	3,0	2,0		0,5	4,0		3,0	1,0
3	N1-62-COIDIBRAND-1	Corporate Identity & Branding	O	4	14	0	14	0	0,6	0,0	3,4	4,0		0,0	4,0		1,5	1,5
4	N1-62-MOBIFAIGO-2	Modele biznesowe Facebook i Google	O	2	12	0	12	0	0,5	0,0	1,5	2,0		0,0	2,0		1,0	1,0
5	N1-62-WARGRA2D-2	Warsztat grafiki 2d	O	3	16	0	16	0	0,6	0,0	2,4	3,0		0,0	3,0		2,0	0,0
6	N1-62-WEBDESPO-2	Web design z elementami responsive i mobile design	O	2	26	12	14	0	1,0	0,0	1,0	1,1		0,5	2,0		2,0	0,0
7	N1-62-KOMINTIMK-3	Komunikacja interpersonalna i międzykulturowa	O	2	24	12	12	0	1,0	0,0	1,0	1,0		0,5	2,0		1,5	0,5
8	N1-62-PDSTPRDZ-3	Podstawy projektowania dźwięku	O	2	24	12	12	0	1,0	0,0	1,0	1,0		0,5	2,0		2,0	0,0
9	N1-62-WAFOTREIKRE-4	Warsztat fotografii reklamowej i kreatywnej	O	3	24	0	18	6	0,7	0,2	2,1	3,0		0,2	3,0		3,0	0,0
10	N1-62-VIMRKT-4	Video Marketing	O	3	18	0	18	0	0,7	0,0	2,3	3,0		0,0	3,0		3,0	0,0
11	N1-62-WARPR-5	Warsztat public relations	O	2	14	0	14	0	0,6	0,0	1,4	2,0		0,0	2,0		2,0	1,0
12	N1-62-BADINT-5	Projektowanie badań	O	2,5	24	12	12	0	1,0	0,0	1,5	1,3		0,5	2,5		3,5	0,0
13	N1-62-WIZDAIIE-6	Wizualizacja danych i infoestetyka	O	3	14	0	14	0	0,6	0,0	2,4	3,0		0,0	3,0		3,0	0,0
14	N1-62-WAEYETR-6	Warsztat eye-trackingu	O	4	14	0	14	0	0,6	0,0	3,4	4,0		0,0	4,0		3,0	1,0
Moduły przygotowania pracy dyplomowej																		
1	N1-62-SEMINDPL1-5	Seminarium dyplomowe I	O	4,0	16	0	16	0	0,6	0,0	3,4	4,0		0,6	4,0		3,0	1,0
2	N1-62-SEMINDPL2-6	Seminarium dyplomowe II	O	6,0	20	0	20	0	0,8	0,0	5,2	6,0		0,8	6,0		4,5	1,5
Moduły kształcenia językowego																		
1	N1-62-JEZOBC1-3	Język obcy I (język angielski/ język niemiecki)	O	4,0	76	0	16	60	0,6	2,4	1,0	4,0	4,0	2,4	4,0		3,0	1,0
2	N1-62-JEZOBC1-4	Język obcy II (język angielski/ język niemiecki)	O	4,0	76	0	16	60	0,6	2,4	1,0	4,0	4,0	2,4	4,0		3,0	1,0
3	N1-62-JEZOBC1-5	Język obcy III (język angielski/ język niemiecki)	E	4,0	76	0	16	60	0,6	2,4	1,0	4,0	4,0	2,4	4,0		3,0	1,0
Moduły kształcenia specjalnościowego																		
1	N1-62-CORDESCKM-3	Corporate design i graficzna komunikacja marki	O	2,5	16	0	16	0	0,6	0,0	1,9	2,5	2,5	0,0	2,5		1,5	1,0
2	N1-62-ESTDES-3	Estetyka i design	O	2	24	0	24	0	1,0	0,0	1,0	2,0	2,0	0,0	2,0		2,0	0,0
3	N1-62-STRMAR-3	Strategia marki	O	2	16	0	16	0	0,6	0,0	1,4	2,0	2,0	0,0	2,0		1,0	1,0
4	N1-62-CAMIMFOTW-4	Camera & Image - fotografia wizerunkowa	O	4,5	16	0	16	0	0,6	0,0	3,9	4,5	4,5	0,0	4,5		4,5	0,0
5	N1-62-REKKOMM-4	Reklama i komunikowanie marki	O	4	16	0	16	0	0,6	0,0	3,4	4,0	4,0	0,0	4,0		3,0	1,0
6	N1-62-CONTMARK-5	Content Marketing & Storytelling	O	2	12	0	12	0	0,5	0,0	1,5	2,0	2,0	0,0	2,0		2,0	0,0
7	N1-62-SMMA-5	Social Media Marketing	O	2	26	0	26	0	1,0	0,0	1,0	2,0	2,0	0,0	2,0		1,0	1,0

8	N1-62-BADWIZM-5	Badania wizerunku marki	O	2	16	0	16	0	0,6	0,0	1,4	2,0	2,0	0,0	2,0		2,0	0,0
9	N1-62-BRANDDESPRO-6	Brand Design	O	4	12	0	12	0	0,5	0,0	3,5	4,0	4,0	0,0	4,0		2,0	2,0
10	N1-62-PROJMAN-6	Project Management	O	4	12	0	12	0	0,5	0,0	3,5	4,0	4,0	0,0	4,0		0,0	4,0
11	N1-62-INFLMARKPB-6	Influencer marketing i personal branding	O	3	16	0	16	0	0,6	0,0	2,4	3,0	3,0	0,0	3,0		3,0	0,0
12	N1-62-DESOPPR-6	Design opakowań i produktów	O	3	12	0	12	0	0,5	0,0	2,5	3,0	3,0	0,0	3,0		3,0	0,0
13	N1-62-CAMIMFILMW-6	Camera & Image - film wizerunkowy	O	3	16	0	16	0	0,6	0,0	2,4	3,0	3,0	0,0	3,0		3,0	0,0
Moduły praktyk specjalnościowych																		
					ogół.	WP	EW	prak.										
1	N1-62-PRAKTZAW-2	Praktyka zawodowa I	ZAL	9,5	240	2	10	228	9,5	0,0	0,0	9,5			9,5		6,5	3,0
2	N1-62-PRAKTZAW-3	Praktyka zawodowa II	ZAL	9,5	240	2	10	228	9,5	0,0	0,0	9,5	9,5		9,5		6,5	3,0
3	N1-62-PRAKTZAW-4	Praktyka zawodowa III	ZAL	9,5	240	2	10	228	9,5	0,0	0,0	9,5	9,5		9,5		6,5	3,0
4	N1-62-PRAKTZAW-5	Praktyka zawodowa IV	ZAL	9,5	240	2	10	228	9,5	0,0	0,0	9,5	9,5		9,5		6,5	3,0

Sumaryczne wskaźniki ECTS

Wydział: Studiów Stosowanych we Wrocławiu
Kierunek: Media design i marketing wizerunkowy
Moduł kształcenia wybieralnego / w zakresie: Marketing i social media w biznesie
Stopień kształcenia: pierwszy
Profil: praktyczny
Forma studiów: niestacjonarna
Czas trwania: 6 semestrów

Obowiązuje od roku akademickiego: 2026/2027

				SUMA W %					40,3%	4,9%	54,9%	84,3%	43,6%	10,8%	97,2%	2,8%	75,0%	25,0%
				SUMA PUNKTÓW ECTS					72,5	8,9	98,8	151,7	78,5	19,4	175,0	5,0	135,0	45,0
Lp.	Kod przedmiotu	Nazwa przedmiotu/modułu kształcenia	E/O/ZAL	ECTS	Liczba godz.				Wskaźniki ECTS									
					ogół.	wyk.	ćw.	p/e	bepośredni kontakt	Punkty ECTS za aktywność niewymagającą udziału nauczyciela akademickiego		praktyczne	wybieralne	z wykorzystaniem metod i technik kształcenia na odległość	zajęcia z dziedziny nauk społecznych	zajęcia z dziedziny nauk humanistycznych	dyscyplina wiodąca	dyscypliny uzupełniające
										e-learning	praca własna studenta							
Moduły kształcenia podstawowego																		
1	N1-00-KOMPRZY1-1	Kompetencje przyszłości I	zal	2	12	0	12	0	0,5	0,0	1,5	2,0		0,0	2,0		2,0	0,0
2	N1-00-KOMPRZY2-2	Kompetencje przyszłości II	zal	2	12	0	12	0	0,5	0,0	1,5	2,0		0,0	2,0		2,0	0,0
3	N1-00-KOMPRZY3-3	Kompetencje przyszłości III	zal	2	12	0	12	0	0,5	0,0	1,5	2,0		0,0	2,0		2,0	0,0
4	N1-00-BHP-1	Szkolenie wstępne z zakresu BHP	zal	0	4	0	0	4	0,0	0,2	0,0	0,0		0,2	0,0		0,0	0,0
5	N1-62-WSTKOM-1	Wstęp do nauki o komunikowaniu	E	4	18	18	0	0	0,7	0,0	3,3	0,0		0,7	4,0		4,0	0,0
6	N1-62-HIMEWIS-1	Historia mediów wizualnych i sieciowych	E	3	18	18	0	0	0,7	0,0	2,3	0,0		0,7	3,0		2,0	1,0
7	N1-62-POPGRG-1	Podstawy projektowania graficznego	O	3	24	0	24	0	1,0	0,0	2,0	3,0		0,0	3,0		3,0	0,0
8	N1-62-HISSZTID-1	Historia sztuki i designu	E	3	18	18	0	0	0,7	0,0	2,3	0,0		0,7	2,0	1,0	3,0	0,0
9	N1-62-KOMJEZKJ-1	Kompetencja językowa - kultura języka	O	4	26	12	14	0	1,0	0,0	3,0	2,2		0,5	1,0	3,0	3,0	1,0
10	N1-62-SOCMED-2	Socjologia mediów	E	3	26	12	14		1,0	0,0	2,0	1,7		0,5	3,0		3,0	0,0
11	N1-62-PWS-4	Problemy współczesnego świata	O	2,5	24	12	12	0	1,0	0,0	1,5	1,3		0,5	2,5		2,0	0,5
12	N1-60-KOMPJEZCwic-2	Kompetencja językowa - creative writing i copywriting	O	2	24	12	12	0	1,0	0,0	1,0	1,0		0,5	1,0	1,0	2,0	0,0
13	N1-62-WSPRYNMED-2	Współczesne rynki medialne	E	2	12	12	0	0	0,5	0,0	1,5	0,0		0,5	2,0		2,0	0,0

14	N1-62-PODSTZARZ-2	Podstawy zarządzania	O	4	56	12	12	32	1,0	1,3	1,7	3,1		1,8	4,0		0,0	4,0
15	N1-62-PODSPRZEDS-3	Podstawy przedsiębiorczości	O	2	24	12	12	0	1,0	0,0	1,0	1,0		0,5	2,0		0,0	2,0
16	N1-62-PRAAIPWI-3	Prawo autorskie i prawo własności intelektualnej	E	2	12	12	0	0	0,5	0,0	1,5	0,0		0,5	2,0		1,0	1,0
17	N1-62-SZTPER-2	Sztuka perswazji	O	2	24	12	12	0	1,0	0,0	1,0	1,0		0,5	2,0		1,0	1,0
18																		
Moduły kształcenia kierunkowego																		
1	N1-62-MPOIKW-1	Metody prezentacji osobistej i kreowanie wizerunku	O	3	14	0	14	0	0,6	0,0	2,4	3,0		0,0	3,0		2,0	1,0
2	N1-62-KOMWI-1	Komunikacja wizualna	O	4	24	12	12	0	1,0	0,0	3,0	2,0		0,5	4,0		3,0	1,0
3	N1-62-COIDIBRAND-1	Corporate Identity & Branding	O	4	14	0	14	0	0,6	0,0	3,4	4,0		0,0	4,0		1,5	1,5
4	N1-62-MOBIFAIGO-2	Modele biznesowe Facebook i Google	O	2	12	0	12	0	0,5	0,0	1,5	2,0		0,0	2,0		1,0	1,0
5	N1-62-WARGRA2D-2	Warsztat grafiki 2d	O	3	16	0	16	0	0,6	0,0	2,4	3,0		0,0	3,0		2,0	0,0
6	N1-62-WEBDESPO-2	Web design z elementami responsive i mobile design	O	2	26	12	14	0	1,0	0,0	1,0	1,1		0,5	2,0		2,0	0,0
7	N1-62-KOMINTIMK-3	Komunikacja interpersonalna i międzykulturowa	O	2	24	12	12	0	1,0	0,0	1,0	1,0		0,5	2,0		1,5	0,5
8	N1-62-PDSTPRDZ-3	Podstawy projektowania dźwięku	O	2	24	12	12	0	1,0	0,0	1,0	1,0		0,5	2,0		2,0	0,0
9	N1-62-WAFOTREIKRE-4	Warsztat fotografii reklamowej i kreatywnej	O	3	24	0	18	6	0,7	0,2	2,1	3,0		0,2	3,0		3,0	0,0
10	N1-62-VIMRKT-4	Video Marketing	O	3	18	0	18	0	0,7	0,0	2,3	3,0		0,0	3,0		3,0	0,0
11	N1-62-WARPR-5	Warsztat public relations	O	2	14	0	14	0	0,6	0,0	1,4	2,0		0,0	2,0		2,0	1,0
12	N1-62-BADINT-5	Projektowanie badań	O	2,5	24	12	12	0	1,0	0,0	1,5	1,3		0,5	2,5		3,5	0,0
13	N1-62-WIZDAIIE-6	Wizualizacja danych i infoestetyka	O	3	14	0	14	0	0,6	0,0	2,4	3,0		0,0	3,0		3,0	0,0
14	N1-62-WAEYETR-6	Warsztat eye-trackingu	O	4	14	0	14	0	0,6	0,0	3,4	4,0		0,0	4,0		3,0	1,0
Moduły przygotowania pracy dyplomowej																		
1	N1-62-SEMINDPL1-5	Seminarium dyplomowe I	O	4,0	16	0	16	0	0,6	0,0	3,4	4,0		0,6	4,0		3,0	1,0
2	N1-62-SEMINDPL2-6	Seminarium dyplomowe II	O	6,0	20	0	20	0	0,8	0,0	5,2	6,0		0,8	6,0		4,5	1,5
Moduły kształcenia językowego																		
1	N1-62-JEZOBC1-3	Język obcy I (język angielski/ język niemiecki)	O	4,0	76	0	16	60	0,6	2,4	1,0	4,0	4,0	2,4	4,0		3,0	1,0
2	N1-62-JEZOBC1-4	Język obcy II (język angielski/ język niemiecki)	O	4,0	76	0	16	60	0,6	2,4	1,0	4,0	4,0	2,4	4,0		3,0	1,0
3	N1-62-JEZOBC1-5	Język obcy III (język angielski/ język niemiecki)	E	4,0	76	0	16	60	0,6	2,4	1,0	4,0	4,0	2,4	4,0		3,0	1,0
Moduły kształcenia specjalnościowego																		
1	N1-62-DESTHI-3	Design Thinking	O	2,5	12	0	12	0	0,5	0,0	2,0	2,5	2,5	0,0	2,5		2,5	0,0
2	N1-62-KREOMWP-3	Kreowanie marki i wizerunku przedsiębiorstwa	O	2	12	0	12	0	0,5	0,0	1,5	2,0	2,0	0,0	2,0		2,0	0,0
3	N1-62-PSYSPMR-3	Psychologia społeczna w marketingu i rekl	O	2	24	0	24	0	1,0	0,0	1,0	2,0	2,0	0,0	2,0		2,0	0,0
4	N1-62-SPODBI-4	Spółeczna odpowiedzialność biznesu	O	3	16	0	16	0	0,6	0,0	2,4	3,0	3,0	0,0	3,0		1,0	2,0
5	N1-62-TRETEIN-4	Trendy w technologiach internetowych	O	2,5	16	0	16	0	0,6	0,0	1,9	2,5	2,5	0,0	2,5		2,5	0,0
6	N1-62-TRKOME-4	Trening kompetencji menedżerskich	O	3	16	0	16	0	0,6	0,0	2,4	3,0	3,0	0,0	3,0		1,0	2,0
7	N1-62-BAMAMO-5	Badania marketingowe i monitorowanie ry	O	2	26	0	26	0	1,0	0,0	1,0	2,0	2,0	0,0	2,0		2,0	0,0
8	N1-62-SEOSEM-5	SEO/SEM	O	2	16	0	16	0	0,6	0,0	1,4	2,0	2,0	0,0	2,0		2,0	0,0

9	N1-62-ZARPRO-5	Zarządzanie projektami	O	2	16	0	16	0	0,6	0,0	1,4	2,0	2,0	0,0	2,0		0,0	2,0
10	N1-62-TWSTINMO-6	Tworzenie strategii internetowych i mobilnych	O	5	16	0	16	0	0,6	0,0	4,4	5,0	5,0	0,0	5,0		5,0	0,0
11	N1-62-MEREPU-6	Media relations i publicity	O	4	16	0	16	0	0,6	0,0	3,4	4,0	4,0	0,0	4,0		4,0	0,0
12	N1-62-ZAREKLI-6	Zarządzanie relacjami z klientami (CRM)	O	4	12	0	12	0	0,5	0,0	3,5	4,0	4,0	0,0	4,0		0,0	4,0
13	N1-62-MARMIE-6	Marketing międzynarodowy	O	4	12	0	12	0	0,5	0,0	3,5	4,0	4,0	0,0	4,0		4,0	0,0
Moduły praktyk specjalnościowych																		
					ogół.	WP	EW	prak.										
1	N1-62-PRAKTZAW-2	Praktyka zawodowa I	ZAL	9,5	240	2	10	228	9,5	0,0	0,0	9,5			9,5		6,5	3,0
2	N1-62-PRAKTZAW-3	Praktyka zawodowa II	ZAL	9,5	240	2	10	228	9,5	0,0	0,0	9,5	9,5		9,5		6,5	3,0
3	N1-62-PRAKTZAW-4	Praktyka zawodowa III	ZAL	9,5	240	2	10	228	9,5	0,0	0,0	9,5	9,5		9,5		6,5	3,0
4	N1-62-PRAKTZAW-5	Praktyka zawodowa IV	ZAL	9,5	240	2	10	228	9,5	0,0	0,0	9,5	9,5		9,5		6,5	3,0

Sumaryczne wskaźniki ECTS

Wydział: Studiów Stosowanych we Wrocławiu
Kierunek: Media design i marketing wizerunkowy
Moduł kształcenia wybieralnego / w zakresie: Komunikacja wizerunkowa i reklama z elementami AI
Stopień kształcenia: pierwszy
Profil: praktyczny
Forma studiów: niestacjonarna
Czas trwania: 6 semestrów

Obowiązuje od roku akademickiego: 2026 / 2027

		SUMA W %					40,4%	4,9%	54,8%	84,3%	43,6%	10,8%	97,2%	2,8%	75,0%	25,0%	
		SUMA PUNKTÓW ECTS	180					72,7	8,9	98,6	151,7	78,5	19,4	175,0	5,0	135,0	45,0
Lp.	Kod przedmiotu	Nazwa przedmiotu/modułu kształcenia	E/O/ZAL	ECTS	Liczba godz.				bezpśredni kontakt	Wskaźniki ECTS							
					ogół.	wyk.	ćw.	p/e		Punkty ECTS za aktywność niewymagającą udziału nauczyciela akademickiego		praktyczne	wybieralne	z wykorzystaniem metod i technik kształcenia na odległość	zajęcia z dziedziny nauk społecznych	zajęcia z dziedziny nauk humanistycznych	dyscyplina wiodąca
						e-learning	praca własna studenta										
Moduły kształcenia podstawowego																	
1	N1-00-KOMPRZY1-1	Kompetencje przyszłości I	zal	2	12	0	12	0	0,5	0,0	1,5	2,0		0,0	2,0		0,0
2	N1-00-KOMPRZY2-2	Kompetencje przyszłości II	zal	2	12	0	12	0	0,5	0,0	1,5	2,0		0,0	2,0		0,0
3	N1-00-KOMPRZY3-3	Kompetencje przyszłości III	zal	2	12	0	12	0	0,5	0,0	1,5	2,0		0,0	2,0		0,0
4	N1-00-BHP-1	Szkolenie wstępne z zakresu BHP	zal	0	4	0	0	4	0,0	0,2	0,0	0,0		0,2	0,0		0,0
5	N1-62-WSTKOM-1	Wstęp do nauki o komunikowaniu	E	4	18	18	0	0	0,7	0,0	3,3	0,0		0,7	4,0		0,0
6	N1-62-HIMEWIS-1	Historia mediów wizualnych i sieciowych	E	3	18	18	0	0	0,7	0,0	2,3	0,0		0,7	3,0		1,0
7	N1-62-POPRGR-1	Podstawy projektowania graficznego	O	3	24	0	24	0	1,0	0,0	2,0	3,0		0,0	3,0		0,0
8	N1-62-HISSZTID-1	Historia sztuki i designu	E	3	18	18	0	0	0,7	0,0	2,3	0,0		0,7	2,0	1,0	0,0
9	N1-62-KOMJEZKJ-1	Kompetencja językowa - kultura języka	O	4	26	12	14	0	1,0	0,0	3,0	2,2		0,5	1,0	3,0	1,0
10	N1-62-SOCMED-2	Socjologia mediów	E	3	26	12	14		1,0	0,0	2,0	1,7		0,5	3,0		0,0
11	N1-62-PWS-4	Problemy współczesnego świata	O	2,5	24	12	12	0	1,0	0,0	1,5	1,3		0,5	2,5		0,5
12	N1-60-KOMPJEZCwic-2	Kompetencja językowa - creative writing i copywriting	O	2	24	12	12	0	1,0	0,0	1,0	1,0		0,5	1,0	1,0	2,0
13	N1-62-WSPRYNMED-2	Współczesne rynki medialne	E	2	12	12	0	0	0,5	0,0	1,5	0,0		0,5	2,0		0,0
14	N1-62-PODSTZARZ-2	Podstawy zarządzania	O	4	56	12	12	32	1,0	1,3	1,7	3,1		1,8	4,0		4,0
15	N1-62-PODSPRZEDS-3	Podstawy przedsiębiorczości	O	2	24	12	12	0	1,0	0,0	1,0	1,0		0,5	2,0		2,0
16	N1-62-PRAAIPWI-3	Prawo autorskie i prawo własności intelektualnej	E	2	12	12	0	0	0,5	0,0	1,5	0,0		0,5	2,0		1,0

Moduły praktyk specjalnościowych

				ogół.	WP	EW	prak.											
1	N1-62-PRAKTZAW-2	Praktyka zawodowa I	ZAL	9,5	240	2	10	228	9,5	0,0	0,0	9,5			9,5		6,5	3,0
2	N1-62-PRAKTZAW-3	Praktyka zawodowa II	ZAL	9,5	240	2	10	228	9,5	0,0	0,0	9,5	9,5		9,5		6,5	3,0
3	N1-62-PRAKTZAW-4	Praktyka zawodowa III	ZAL	9,5	240	2	10	228	9,5	0,0	0,0	9,5	9,5		9,5		6,5	3,0
4	N1-62-PRAKTZAW-5	Praktyka zawodowa IV	ZAL	9,5	240	2	10	228	9,5	0,0	0,0	9,5	9,5		9,5		6,5	3,0

Sumaryczne wskaźniki ECTS

Wydział: Studiów Stosowanych we Wrocławiu
Kierunek: Media design i marketing wizerunkowy
Moduł kształcenia wybieralnego / w zakresie: Grafika i multimedia
Stopień kształcenia: pierwszy
Profil: praktyczny
Forma studiów: niestacjonarna
Czas trwania: 6 semestrów

Obowiązuje od roku akademickiego: 2026/2027

				SUMA W %					44,6%	4,9%	50,6%	84,3%	43,6%	10,8%	97,2%	2,8%	74,4%	25,0%
				SUMA PUNKTÓW ECTS					80,2	8,9	91,1	151,7	78,5	19,4	175,0	5,0	134,0	45,0
Lp.	Kod przedmiotu	Nazwa przedmiotu/modułu kształcenia	E/O/ZAL	ECTS	Liczba godz.				Wskaźniki ECTS									
					ogół.	wyk.	ćw.	p/e	bezpośredni kontakt	Punkty ECTS za aktywność niewymagającą udziału nauczyciela akademickiego		praktyczne	wybieralne	z wykorzystaniem metod i technik kształcenia na odległość	zajęcia z dziedziny nauk społecznych	zajęcia z dziedziny nauk humanistycznych	dyscyplina wiodąca	dyscypliny uzupełniające
										e-learning	praca własna studenta							
Moduły kształcenia podstawowego																		
1	N1-00-KOMPRZY1-1	Kompetencje przyszłości I	zal	2	12	0	12	0	0,5	0,0	1,5	2,0		0,0	2,0		2,0	0,0
2	N1-00-KOMPRZY2-2	Kompetencje przyszłości II	zal	2	12	0	12	0	0,5	0,0	1,5	2,0		0,0	2,0		2,0	0,0
3	N1-00-KOMPRZY3-3	Kompetencje przyszłości III	zal	2	12	0	12	0	0,5	0,0	1,5	2,0		0,0	2,0		2,0	0,0
4	N1-00-BHP-1	Szkolenie wstępne z zakresu BHP	zal	0	4	0	0	4	0,0	0,2	0,0	0,0		0,2	0,0		0,0	0,0
5	N1-62-WSTKOM-1	Wstęp do nauki o komunikowaniu	E	4	18	18	0	0	0,7	0,0	3,3	0,0		0,7	4,0		4,0	0,0
6	N1-62-HIMEWIS-1	Historia mediów wizualnych i sieciowych	E	3	18	18	0	0	0,7	0,0	2,3	0,0		0,7	3,0		2,0	1,0
7	N1-62-POPGR-1	Podstawy projektowania graficznego	O	3	24	0	24	0	1,0	0,0	2,0	3,0		0,0	3,0		3,0	0,0
8	N1-62-HISSZTID-1	Historia sztuki i designu	E	3	18	18	0	0	0,7	0,0	2,3	0,0		0,7	2,0	1,0	3,0	0,0
9	N1-62-KOMJEZKJ-1	Kompetencja językowa - kultura języka	O	4	26	12	14	0	1,0	0,0	3,0	2,2		0,5	1,0	3,0	3,0	1,0
10	N1-62-SOCMED-2	Socjologia mediów	E	3	26	12	14		1,0	0,0	2,0	1,7		0,5	3,0		3,0	0,0
11	N1-62-PWS-4	Problemy współczesnego świata	O	2,5	24	12	12	0	1,0	0,0	1,5	1,3		0,5	2,5		2,0	0,5
12	N1-60-KOMPJEZCwic-2	Kompetencja językowa - creative writing i copywriting	O	2	24	12	12	0	1,0	0,0	1,0	1,0		0,5	1,0	1,0	2,0	0,0
13	N1-62-WSPRYNMED-2	Współczesne rynki medialne	E	2	12	12	0	0	0,5	0,0	1,5	0,0		0,5	2,0		2,0	0,0

14	N1-62-PODSTZARZ-2	Podstawy zarządzania	O	4	56	12	12	32	1,0	1,3	1,7	3,1		1,8	4,0		0,0	4,0
15	N1-62-PODSPRZEDS-3	Podstawy przedsiębiorczości	O	2	24	12	12	0	1,0	0,0	1,0	1,0		0,5	2,0		0,0	2,0
16	N1-62-PRAAIPWI-3	Prawo autorskie i prawo własności intelektualnej	E	2	12	12	0	0	0,5	0,0	1,5	0,0		0,5	2,0		1,0	1,0
17	N1-62-SZTPER-2	Sztuka perswazji	O	2	24	12	12	0	1,0	0,0	1,0	1,0		0,5	2,0		1,0	1,0
18																		
Moduły kształcenia kierunkowego																		
1	N1-62-MPOIKW-1	Metody prezentacji osobistej i kreowanie wizerunku	O	3	14	0	14	0	0,6	0,0	2,4	3,0		0,0	3,0		2,0	1,0
2	N1-62-KOMWI-1	Komunikacja wizualna	O	4	24	12	12	0	1,0	0,0	3,0	2,0		0,5	4,0		3,0	1,0
3	N1-62-COIDIBRAND-1	Corporate Identity & Branding	O	4	14	0	14	0	0,6	0,0	3,4	4,0		0,0	4,0		1,5	1,5
4	N1-62-MOBIFAIGO-2	Modele biznesowe Facebook i Google	O	2	12	0	12	0	0,5	0,0	1,5	2,0		0,0	2,0		1,0	1,0
5	N1-62-WARGRA2D-2	Warsztat grafiki 2d	O	3	16	0	16	0	0,6	0,0	2,4	3,0		0,0	3,0		2,0	0,0
6	N1-62-WEBDESPO-2	Web design z elementami responsive i mobile design	O	2	26	12	14	0	1,0	0,0	1,0	1,1		0,5	2,0		2,0	0,0
7	N1-62-KOMINTIMK-3	Komunikacja interpersonalna i międzykulturowa	O	2	24	12	12	0	1,0	0,0	1,0	1,0		0,5	2,0		1,5	0,5
8	N1-62-PDSTPRDZ-3	Podstawy projektowania dźwięku	O	2	24	12	12	0	1,0	0,0	1,0	1,0		0,5	2,0		2,0	0,0
9	N1-62-WAFOTREIKRE-4	Warsztat fotografii reklamowej i kreatywnej	O	3	24	0	18	6	0,7	0,2	2,1	3,0		0,2	3,0		3,0	0,0
10	N1-62-VIMRKT-4	Video Marketing	O	3	18	0	18	0	0,7	0,0	2,3	3,0		0,0	3,0		3,0	0,0
11	N1-62-WARPR-5	Warsztat public relations	O	2	14	0	14	0	0,6	0,0	1,4	2,0		0,0	2,0		2,0	1,0
12	N1-62-BADINT-5	Projektowanie badań	O	2,5	24	12	12	0	1,0	0,0	1,5	1,3		0,5	2,5		3,5	0,0
13	N1-62-WIZDAIIE-6	Wizualizacja danych i infoestetyka	O	3	14	0	14	0	0,6	0,0	2,4	3,0		0,0	3,0		3,0	0,0
14	N1-62-WAEYETR-6	Warsztat eye-trackingu	O	4	14	0	14	0	0,6	0,0	3,4	4,0		0,0	4,0		3,0	1,0
Moduły przygotowania pracy dyplomowej																		
1	N1-62-SEMINDPL1-5	Seminarium dyplomowe I	O	4,0	16	0	16	0	0,6	0,0	3,4	4,0		0,6	4,0		3,0	1,0
2	N1-62-SEMINDPL2-6	Seminarium dyplomowe II	O	6,0	20	0	20	0	0,8	0,0	5,2	6,0		0,8	6,0		4,5	1,5
Moduły kształcenia językowego																		
1	N1-62-JEZOBC1-3	Język obcy I (język angielski/ język niemiecki)	O	4,0	76	0	16	60	0,6	2,4	1,0	4,0	4,0	2,4	4,0		3,0	1,0
2	N1-62-JEZOBC1-4	Język obcy II (język angielski/ język niemiecki)	O	4,0	76	0	16	60	0,6	2,4	1,0	4,0	4,0	2,4	4,0		3,0	1,0
3	N1-62-JEZOBC1-5	Język obcy III (język angielski/ język niemiecki)	E	4,0	76	0	16	60	0,6	2,4	1,0	4,0	4,0	2,4	4,0		3,0	1,0
Moduły kształcenia specjalnościowego																		
1	S1-62-NTGRAF-3	Nurty i trendy w grafice	O	2,5	30	0	30	0	1,2	0,0	1,3	2,5	2,5	0,0	2,5		1,5	1,0
2	S1-62-PROJSSI-3	Projektowanie stron i serwisów internetowych	O	2	30	0	30	0	1,2	0,0	0,8	2,0	2,0	0,0	2,0		1,0	1,0
3	S1-62-PSYPSFW-3	Psychologia i psychofizjologia widzenia	O	2	32	0	32	0	1,3	0,0	0,7	2,0	2,0	0,0	2,0		2,0	0,0
4	S1-62-CYEDZD-4	Cyfrowa edycja zdjęć	O	3	30	0	30	0	1,2	0,0	1,8	3,0	3,0	0,0	3,0		2,0	1,0
5	S1-62-SYIDWI-4	Systemy identyfikacji wizualnej	O	2,5	30	0	30	0	1,2	0,0	1,3	2,5	2,5	0,0	2,5		1,5	1,0
6	S1-62-WARDZW-4	Warsztat dźwięku	O	3	30	0	30	0	1,2	0,0	1,8	3,0	3,0	0,0	3,0		3,0	0,0
7	S1-62-KOMMUL-5	Komunikacja multimedialna	O	3	34	0	34	0	1,4	0,0	1,6	3,0	3,0	0,0	3,0		1,0	1,0
8	S1-62-PEMOVI-5	Produkcja, edycja i montaż wideo	O	3	60	0	60	0	2,4	0,0	0,6	3,0	3,0	0,0	3,0		2,0	1,0

9	S1-62-ANKLCY-6	Animacja klasyczna i cyfrowa (2D)	O	5	30	0	30	0	1,2	0,0	3,8	5,0	5,0	0,0	5,0		4,0	1,0
10	S1-62-PRAGRAF-6	Projektowanie i animacje graficzne	O	4	30	0	30	0	1,2	0,0	2,8	4,0	4,0	0,0	4,0		3,0	1,0
11	S1-62-WARMOCAP-6	Warsztat motion capture	O	4	30	0	30	0	1,2	0,0	2,8	4,0	4,0	0,0	4,0		3,0	1,0
12	S1-62-POTWGK-6	Podstawy tworzenia gier komputerowych	O	4	30	0	30	0	1,2	0,0	2,8	4,0	4,0	0,0	4,0		3,0	1,0
13																		
Moduły praktyk specjalnościowych																		
					ogół.	WP	EW	prak.										
1	N1-62-PRAKTZAW-2	Praktyka zawodowa I	ZAL	9,5	240	2	10	228	9,5	0,0	0,0	9,5			9,5		6,5	3,0
2	N1-62-PRAKTZAW-3	Praktyka zawodowa II	ZAL	9,5	240	2	10	228	9,5	0,0	0,0	9,5	9,5		9,5		6,5	3,0
3	N1-62-PRAKTZAW-4	Praktyka zawodowa III	ZAL	9,5	240	2	10	228	9,5	0,0	0,0	9,5	9,5		9,5		6,5	3,0
4	N1-62-PRAKTZAW-5	Praktyka zawodowa IV	ZAL	9,5	240	2	10	228	9,5	0,0	0,0	9,5	9,5		9,5		6,5	3,0

Sumaryczne wskaźniki ECTS

Wydział: Studiów Stosowanych we Wrocławiu
Kierunek: Media design i marketing wizerunkowy
Moduł kształcenia wybieralnego / w zakresie: UX Design
Stopień kształcenia: pierwszy
Profil: praktyczny
Forma studiów: niestacjonarna
Czas trwania: 6 semestrów

Obowiązuje od roku akademickiego: 2026/2027

				SUMA W %					40,4%	4,9%	54,8%	84,3%	43,6%	10,8%	97,2%	2,8%	75,0%	25,0%
				SUMA PUNKTÓW ECTS					72,7	8,9	98,6	151,7	78,5	19,4	175,0	5,0	135,0	45,0
Lp.	Kod przedmiotu	Nazwa przedmiotu/modułu kształcenia	E/O/ZAL	ECTS	Liczba godz.				Wskaźniki ECTS									
					ogół.	wyk.	ćw.	p/e	bepośredni kontakt	Punkty ECTS za aktywność niewymagającą udziału nauczyciela akademickiego		praktyczne	wybieralne	z wykorzystaniem metod i technik kształcenia na odległość	zajęcia z dziedziny nauk społecznych	zajęcia z dziedziny nauk humanistycznych	dyscyplina wiodąca	
										e-learning	praca własna studenta						nauki o komunikacji społecznej i mediach	dyscypliny uzupełniające
Moduły kształcenia podstawowego																		
1	N1-00-KOMPRZY1-1	Kompetencje przyszłości I	zal	2	12	0	12	0	0,5	0,0	1,5	2,0		0,0	2,0		2,0	0,0
2	N1-00-KOMPRZY2-2	Kompetencje przyszłości II	zal	2	12	0	12	0	0,5	0,0	1,5	2,0		0,0	2,0		2,0	0,0
3	N1-00-KOMPRZY3-3	Kompetencje przyszłości III	zal	2	12	0	12	0	0,5	0,0	1,5	2,0		0,0	2,0		2,0	0,0
4	N1-00-BHP-1	Szkolenie wstępne z zakresu BHP	zal	0	4	0	0	4	0,0	0,2	0,0	0,0		0,2	0,0		0,0	0,0
5	N1-62-WSTKOM-1	Wstęp do nauki o komunikowaniu	E	4	18	18	0	0	0,7	0,0	3,3	0,0		0,7	4,0		4,0	0,0
6	N1-62-HIMEWIS-1	Historia mediów wizualnych i sieciowych	E	3	18	18	0	0	0,7	0,0	2,3	0,0		0,7	3,0		2,0	1,0
7	N1-62-POPGR-1	Podstawy projektowania graficznego	O	3	24	0	24	0	1,0	0,0	2,0	3,0		0,0	3,0		3,0	0,0
8	N1-62-HISSZTID-1	Historia sztuki i designu	E	3	18	18	0	0	0,7	0,0	2,3	0,0		0,7	2,0	1,0	3,0	0,0
9	N1-62-KOMJEZKJ-1	Kompetencja językowa - kultura języka	O	4	26	12	14	0	1,0	0,0	3,0	2,2		0,5	1,0	3,0	3,0	1,0
10	N1-62-SOCMED-2	Socjologia mediów	E	3	26	12	14		1,0	0,0	2,0	1,7		0,5	3,0		3,0	0,0
11	N1-62-PWS-4	Problemy współczesnego świata	O	2,5	24	12	12	0	1,0	0,0	1,5	1,3		0,5	2,5		2,0	0,5
12	N1-60-KOMPJEZCwic-2	Kompetencja językowa - creative writing i copywriting	O	2	24	12	12	0	1,0	0,0	1,0	1,0		0,5	1,0	1,0	2,0	0,0
13	N1-62-WSPRYNMED-2	Współczesne rynki medialne	E	2	12	12	0	0	0,5	0,0	1,5	0,0		0,5	2,0		2,0	0,0

14	N1-62-PODSTZARZ-2	Podstawy zarządzania	O	4	56	12	12	32	1,0	1,3	1,7	3,1		1,8	4,0		0,0	4,0
15	N1-62-PODSPRZEDS-3	Podstawy przedsiębiorczości	O	2	24	12	12	0	1,0	0,0	1,0	1,0		0,5	2,0		0,0	2,0
16	N1-62-PRAAIPWI-3	Prawo autorskie i prawo własności intelektualnej	E	2	12	12	0	0	0,5	0,0	1,5	0,0		0,5	2,0		1,0	1,0
17	N1-62-SZTPER-2	Sztuka perswazji	O	2	24	12	12	0	1,0	0,0	1,0	1,0		0,5	2,0		1,0	1,0
18																		
Moduły kształcenia kierunkowego																		
1	N1-62-MPOIKW-1	Metody prezentacji osobistej i kreowanie wizerunku	O	3	14	0	14	0	0,6	0,0	2,4	3,0		0,0	3,0		2,0	1,0
2	N1-62-KOMWI-1	Komunikacja wizualna	O	4	24	12	12	0	1,0	0,0	3,0	2,0		0,5	4,0		3,0	1,0
3	N1-62-COIDIBRAND-1	Corporate Identity & Branding	O	4	14	0	14	0	0,6	0,0	3,4	4,0		0,0	4,0		1,5	1,5
4	N1-62-MOBIFAIGO-2	Modele biznesowe Facebook i Google	O	2	12	0	12	0	0,5	0,0	1,5	2,0		0,0	2,0		1,0	1,0
5	N1-62-WARGRA2D-2	Warsztat grafiki 2d	O	3	16	0	16	0	0,6	0,0	2,4	3,0		0,0	3,0		2,0	0,0
6	N1-62-WEBDESPO-2	Web design z elementami responsive i mobile design	O	2	26	12	14	0	1,0	0,0	1,0	1,1		0,5	2,0		2,0	0,0
7	N1-62-KOMINTIMK-3	Komunikacja interpersonalna i międzykulturowa	O	2	24	12	12	0	1,0	0,0	1,0	1,0		0,5	2,0		1,5	0,5
8	N1-62-PDSTPRDZ-3	Podstawy projektowania dźwięku	O	2	24	12	12	0	1,0	0,0	1,0	1,0		0,5	2,0		2,0	0,0
9	N1-62-WAFOTREIKRE-4	Warsztat fotografii reklamowej i kreatywnej	O	3	24	0	18	6	0,7	0,2	2,1	3,0		0,2	3,0		3,0	0,0
10	N1-62-VIMRKT-4	Video Marketing	O	3	18	0	18	0	0,7	0,0	2,3	3,0		0,0	3,0		3,0	0,0
11	N1-62-WARPR-5	Warsztat public relations	O	2	14	0	14	0	0,6	0,0	1,4	2,0		0,0	2,0		2,0	1,0
12	N1-62-BADINT-5	Projektowanie badań	O	2,5	24	12	12	0	1,0	0,0	1,5	1,3		0,5	2,5		3,5	0,0
13	N1-62-WIZDAIIE-6	Wizualizacja danych i infoestetyka	O	3	14	0	14	0	0,6	0,0	2,4	3,0		0,0	3,0		3,0	0,0
14	N1-62-WAEYETR-6	Warsztat eye-trackingu	O	4	14	0	14	0	0,6	0,0	3,4	4,0		0,0	4,0		3,0	1,0
Moduły przygotowania pracy dyplomowej																		
1	N1-62-SEMINDPL1-5	Seminarium dyplomowe I	O	4,0	16	0	16	0	0,6	0,0	3,4	4,0		0,6	4,0		3,0	1,0
2	N1-62-SEMINDPL2-6	Seminarium dyplomowe II	O	6,0	20	0	20	0	0,8	0,0	5,2	6,0		0,8	6,0		4,5	1,5
Moduły kształcenia językowego																		
1	N1-62-JEZOBC1-3	Język obcy I (język angielski/ język niemiecki)	O	4,0	76	0	16	60	0,6	2,4	1,0	4,0	4,0	2,4	4,0		3,0	1,0
2	N1-62-JEZOBC1-4	Język obcy II (język angielski/ język niemiecki)	O	4,0	76	0	16	60	0,6	2,4	1,0	4,0	4,0	2,4	4,0		3,0	1,0
3	N1-62-JEZOBC1-5	Język obcy III (język angielski/ język niemiecki)	E	4,0	76	0	16	60	0,6	2,4	1,0	4,0	4,0	2,4	4,0		3,0	1,0
Moduły kształcenia specjalnościowego																		
1	N1-00-PPBWUX-3	Psychologia percepcji i behawioralna w UX	O	3,5	30	0	30	0	1,2	0,0	2,3	3,5	3,5	0,0	3,5		3,5	0,0
2	N1-00-ICKHCI-3	Interakcja człowiek-komputer (HCI)	O	3	20	0	20	0	0,8	0,0	2,2	3,0	3,0	0,0	3,0		3,0	0,0
3	N1-00-PPDPUX-3	Podstawy programowania dla projektantów	O	3	20	0	20	0	0,8	0,0	2,2	3,0	3,0	0,0	3,0		3,0	0,0
4	N1-00-BUADUX-4	Badania użytkowników i analiza danych U	O	2,5	20	0	20	0	0,8	0,0	1,7	2,5	2,5	0,0	2,5		2,5	0,0
5	N1-00-PROIIP-4	Projektowanie interfejsów i prototypowan	O	3	20	0	20	0	0,8	0,0	2,2	3,0	3,0	0,0	3,0		2,0	1,0
6	N1-00-TUMINA-4	Testowanie użyteczności: metody i narzęd	O	3	20	0	20	0	0,8	0,0	2,2	3,0	3,0	0,0	3,0		2,0	1,0
7	N1-00-PRODDC-5	Projektowanie dostępnych doświadczeń cy	O	3	20	0	20	0	0,8	0,0	2,2	3,0	3,0	0,0	3,0		2,0	1,0
8	N1-00-NWIMWD-5	Narracja wizualna i mikrointerakcje w des	O	5	20	0	20	0	0,8	0,0	4,2	5,0	5,0	0,0	5,0		4,0	1,0
9	N1-00-DESTSR-6	Design systemy: tworzenie skalowalnych i	O	6	20	0	20	0	0,8	0,0	5,2	6,0	6,0	0,0	6,0		4,0	2,0

10	N1-00-ZPUXWZ-6	Zarządzanie projektami UX i współpraca w	O	6	20	0	20	0	0,8	0,0	5,2	6,0	6,0	0,0	6,0		2,0	4,0
11																		
12																		
13																		
Moduły praktyk specjalnościowych																		
				ogół.	WP	EW	prak.											
1	N1-62-PRAKTZAW-2	Praktyka zawodowa I	ZAL	9,5	240	2	10	228	9,5	0,0	0,0	9,5			9,5		6,5	3,0
2	N1-62-PRAKTZAW-3	Praktyka zawodowa II	ZAL	9,5	240	2	10	228	9,5	0,0	0,0	9,5	9,5		9,5		6,5	3,0
3	N1-62-PRAKTZAW-4	Praktyka zawodowa III	ZAL	9,5	240	2	10	228	9,5	0,0	0,0	9,5	9,5		9,5		6,5	3,0
4	N1-62-PRAKTZAW-5	Praktyka zawodowa IV	ZAL	9,5	240	2	10	228	9,5	0,0	0,0	9,5	9,5		9,5		6,5	3,0

1	S1-62-PRAKTZAW-2	Praktyka zawodowa I	ZAL	9,5	240	2	10	228	9,5	0,0	0,0	9,5			9,5		6,5	3,0
2	S1-62-PRAKTZAW-3	Praktyka zawodowa II	ZAL	9,5	240	2	10	228	9,5	0,0	0,0	9,5	9,5		9,5		6,5	3,0
3	S1-62-PRAKTZAW-4	Praktyka zawodowa III	ZAL	9,5	240	2	10	228	9,5	0,0	0,0	9,5	9,5		9,5		6,5	3,0
4	S1-62-PRAKTZAW-5	Praktyka zawodowa IV	ZAL	9,5	240	2	10	228	9,5	0,0	0,0	9,5	9,5		9,5		6,5	3,0

19					0													
Moduły kształcenia kierunkowego																		
1	S1-62-MPOIKW-1	Metody prezentacji osobistej i kreowanie wizerunku	O	3	30	0	30	0	1,2	0,0	1,8	3,0		0,0	3,0		2,0	1,0
2	S1-62-KOMWI-1	Komunikacja wizualna	O	4	40	20	20	0	1,6	0,0	2,4	2,0		0,8	4,0		3,0	1,0
3	S1-62-COVIDIBRAND-1	Corporate Identity & Branding	O	4	30	0	30	0	1,2	0,0	2,8	4,0		0,0	4,0		1,5	1,5
4	S1-62-MOBIFAIGO-2	Modele biznesowe Facebook i Google	O	2	30	0	30	0	1,2	0,0	0,8	2,0		0,0	2,0		1,0	1,0
5	S1-62-WARGRA2D-2	Warsztat grafiki 2d	O	3	36	0	36	0	1,4	0,0	1,6	3,0		0,0	3,0		2,0	0,0
6	S1-62-WEBDESPO-2	Web design z elementami responsive i mobile design	O	2	36	16	20	0	1,4	0,0	0,6	1,1		0,6	2,0		2,0	0,0
7	S1-62-KOMINTIMK-3	Komunikacja interpersonalna i międzykulturowa	O	2	36	16	20	0	1,4	0,0	0,6	1,1		0,6	2,0		1,5	0,5
8	S1-62-PDSTPRDZ-3	Podstawy projektowania dźwięku	O	2	36	16	20	0	1,4	0,0	0,6	1,1		0,6	2,0		2,0	0,0
9	S1-62-WAFOTREIKRE-4	Warsztat fotografii reklamowej i kreatywnej	O	3	36	0	30	6	1,2	0,2	1,6	3,0		0,2	3,0		3,0	0,0
10	S1-62-VIMRKT-4	Video Marketing	O	3	34	0	34	0	1,4	0,0	1,6	3,0		0,0	3,0		3,0	0,0
11	S1-62-WARPR-5	Warsztat public relations	O	2	30	0	30	0	1,2	0,0	0,8	2,0		0,0	2,0		2,0	1,0
12	S1-62-BADINT-5	Projektowanie badań	O	2,5	36	16	20	0	1,4	0,0	1,1	1,4		0,6	2,5		3,5	0,0
13	S1-62-WIZDAIIE-6	Wizualizacja danych i infoestetyka	O	3	30	0	30	0	1,2	0,0	1,8	3,0		0,0	3,0		3,0	0,0
14	S1-62-WAEYETR-6	Warsztat eye-trackingu	O	4	30	0	30	0	1,2	0,0	2,8	4,0		0,0	4,0		3,0	1,0
15					0													
Moduły przygotowania pracy dyplomowej																		
1	S1-62-SEMINDPL1-5	Seminarium dyplomowe I	O	4,0	30	0	30	0	1,2	0,0	2,8	4,0		1,2	4,0		3,0	1,0
2	S1-62-SEMINDPL2-6	Seminarium dyplomowe II	O	6,0	36	0	36	0	1,4	0,0	4,6	6,0		1,4	6,0		4,5	1,5
Moduły kształcenia językowego																		
1	S1-62-JEZOBC1-3	Język obcy I (język angielski/ język niemiecki)	O	4,0	84	0	24	60	1,0	2,4	0,6	4,0	4,0	2,4	4,0	4,0	3,0	1,0
2	S1-62-JEZOBC1-4	Język obcy II (język angielski/ język niemiecki)	O	4,0	84	0	24	60	1,0	2,4	0,6	4,0	4,0	2,4	4,0	4,0	3,0	1,0
3	S1-62-JEZOBC1-5	Język obcy III (język angielski/ język niemiecki)	E	4,0	84	0	24	60	1,0	2,4	0,6	4,0	4,0	2,4	4,0	4,0	3,0	1,0
Moduły kształcenia w zakresie kultury fizycznej																		
1	S1-00-WF1-3	Wychowanie fizyczne I	ZAL	0,0	30	0	30	0										
2	S1-00-WF2-4	Wychowanie fizyczne II	ZAL	0,0	30	0	30	0										
Moduły kształcenia specjalnościowego																		
1	S1-62-DESTHI-3	Design Thinking	O	2,5	30	0	30	0	1,2	0,0	1,3	2,5	2,5	0,0	2,5		2,5	0,0
2	S1-62-KREOMWP-3	Kreowanie marki i wizerunku przedsiębiorstwa	O	2	30	0	30	0	1,2	0,0	0,8	2,0	2,0	0,0	2,0		2,0	0,0
3	S1-62-PSYSPMR-3	Psychologia społeczna w marketingu i reklamie	O	2	32	0	32	0	1,3	0,0	0,7	2,0	2,0	0,0	2,0		2,0	0,0
4	S1-62-SPODBI-4	Spółeczna odpowiedzialność biznesu	O	3	30	0	30	0	1,2	0,0	1,8	3,0	3,0	0,0	3,0		1,0	2,0
5	S1-62-TRETEIN-4	Trendy w technologiach internetowych	O	2,5	30	0	30	0	1,2	0,0	1,3	2,5	2,5	0,0	2,5		2,5	0,0
6	S1-62-TRKOME-4	Trening kompetencji menedżerskich	O	3	30	0	30	0	1,2	0,0	1,8	3,0	3,0	0,0	3,0		1,0	2,0
7	S1-62-BAMAMO-5	Badania marketingowe i monitorowanie rynku	O	2	34	0	34	0	1,4	0,0	0,6	2,0	2,0	0,0	2,0		2,0	0,0
8	S1-62-SEOSEM-5	SEO/SEM	O	2	30	0	30	0	1,2	0,0	0,8	2,0	2,0	0,0	2,0		2,0	0,0
9	S1-62-ZARPRO-5	Zarządzanie projektami	O	2	30	0	30	0	1,2	0,0	0,8	2,0	2,0	0,0	2,0		0,0	2,0
10	S1-62-TWSTINMO-6	Tworzenie strategii internetowych i mobilnych	O	5	30	0	30	0	1,2	0,0	3,8	5,0	5,0	0,0	5,0		5,0	0,0
11	S1-62-MEREP-6	Media relations i publicity	O	4	30	0	30	0	1,2	0,0	2,8	4,0	4,0	0,0	4,0		4,0	0,0
12	S1-62-ZAREKLI-6	Zarządzanie relacjami z klientami (CRM)	O	4	30	0	30	0	1,2	0,0	2,8	4,0	4,0	0,0	4,0		0,0	4,0
13	S1-62-MARMIE-6	Marketing międzynarodowy	O	4	30	0	30	0	1,2	0,0	2,8	4,0	4,0	0,0	4,0		4,0	0,0

Moduły praktyk specjalnościowych

					ogół.	WP	EW	prak.										
1	S1-62-PRAKTZAW-2	Praktyka zawodowa I	ZAL	9,5	240	2	10	228	9,5	0,0	0,0	9,5			9,5		6,5	3,0
2	S1-62-PRAKTZAW-3	Praktyka zawodowa II	ZAL	9,5	240	2	10	228	9,5	0,0	0,0	9,5	9,5		9,5		6,5	3,0
3	S1-62-PRAKTZAW-4	Praktyka zawodowa III	ZAL	9,5	240	2	10	228	9,5	0,0	0,0	9,5	9,5		9,5		6,5	3,0
4	S1-62-PRAKTZAW-5	Praktyka zawodowa IV	ZAL	9,5	240	2	10	228	9,5	0,0	0,0	9,5	9,5		9,5		6,5	3,0

Moduły praktyk specjalnościowych

					ogół.	WP	EW	prak.										
1	S1-62-PRAKTZAW-2	Praktyka zawodowa I	ZAL	9,5	240	2	10	228	9,5	0,0	0,0	9,5			9,5		6,5	3,0
2	S1-62-PRAKTZAW-3	Praktyka zawodowa II	ZAL	9,5	240	2	10	228	9,5	0,0	0,0	9,5	9,5		9,5		6,5	3,0
3	S1-62-PRAKTZAW-4	Praktyka zawodowa III	ZAL	9,5	240	2	10	228	9,5	0,0	0,0	9,5	9,5		9,5		6,5	3,0
4	S1-62-PRAKTZAW-5	Praktyka zawodowa IV	ZAL	9,5	240	2	10	228	9,5	0,0	0,0	9,5	9,5		9,5		6,5	3,0

Moduły praktyk specjalnościowych

				ogół.	WP	EW	prak.											
1	S1-62-PRAKTZAW-2	Praktyka zawodowa I	ZAL	9,5	240	2	10	228	9,5	0,0	0,0	9,5			9,5		6,5	3,0
2	S1-62-PRAKTZAW-3	Praktyka zawodowa II	ZAL	9,5	240	2	10	228	9,5	0,0	0,0	9,5	9,5		9,5		6,5	3,0
3	S1-62-PRAKTZAW-4	Praktyka zawodowa III	ZAL	9,5	240	2	10	228	9,5	0,0	0,0	9,5	9,5		9,5		6,5	3,0
4	S1-62-PRAKTZAW-5	Praktyka zawodowa IV	ZAL	9,5	240	2	10	228	9,5	0,0	0,0	9,5	9,5		9,5		6,5	3,0

Moduły praktyk specjalnościowych

				ogół.	WP	EW	prak.											
1	S1-62-PRAKTZAW-2	Praktyka zawodowa I	ZAL	9,5	240	2	10	228	9,5	0,0	0,0	9,5			9,5		6,5	3,0
2	S1-62-PRAKTZAW-3	Praktyka zawodowa II	ZAL	9,5	240	2	10	228	9,5	0,0	0,0	9,5	9,5		9,5		6,5	3,0
3	S1-62-PRAKTZAW-4	Praktyka zawodowa III	ZAL	9,5	240	2	10	228	9,5	0,0	0,0	9,5	9,5		9,5		6,5	3,0
4	S1-62-PRAKTZAW-5	Praktyka zawodowa IV	ZAL	9,5	240	2	10	228	9,5	0,0	0,0	9,5	9,5		9,5		6,5	3,0

Moduły praktyk specjalnościowych

					ogół.	WP	EW	prak.										
1	S1-00-PRAZ1-2	Internship I	ZAL	9,5	240	2	10	228	9,5	0,0	0,0	9,5			9,5		6,5	3,0
2	S1-00-PRAZ2-3	Internship II	ZAL	9,5	240	2	10	228	9,5	0,0	0,0	9,5	9,5		9,5		6,5	3,0
3	S1-00-PRAZ3-4	Internship III	ZAL	9,5	240	2	10	228	9,5	0,0	0,0	9,5	9,5		9,5		6,5	3,0
4	S1-00-PRAZ4-5	Internship IV	ZAL	9,5	240	2	10	228	9,5	0,0	0,0	9,5	9,5		9,5		6,5	3,0

Moduły praktyk specjalnościowych

					ogół.	WP	EW	prak.										
1	S1-00-PRAZ1-2	Internship I	ZAL	9,5	240	2	10	228	9,5	0,0	0,0	9,5			9,5		6,5	3,0
2	S1-00-PRAZ2-3	Internship II	ZAL	9,5	240	2	10	228	9,5	0,0	0,0	9,5	9,5		9,5		6,5	3,0
3	S1-00-PRAZ3-4	Internship III	ZAL	9,5	240	2	10	228	9,5	0,0	0,0	9,5	9,5		9,5		6,5	3,0
4	S1-00-PRAZ4-5	Internship IV	ZAL	9,5	240	2	10	228	9,5	0,0	0,0	9,5	9,5		9,5		6,5	3,0