

Załącznik do uchwały Senatu Uniwersytetu WSB Merito we Wrocławiu nr 78/2024 z dnia 19 marca 2024 roku w sprawie ustalenia programów studiów dla kierunku Media cyfrowe i grafika komputerowa realizowanym na Wydziale Finansów i Zarządzania Uniwersytetu WSB Merito we Wrocławiu dla cyklu kształcenia rozpoczynającego się w roku akademickim 2024/2025 - nabór letni



Uniwersytet WSB Merito we Wrocławiu
Wydział Finansów i Zarządzania

Program studiów
dla kierunku

Media cyfrowe i grafika komputerowa
studia I stopnia

Studia: stacjonarne/niestacjonarne

Profil: praktyczny

Rok akademicki: 2024/2025

I. OGÓLNA CHARAKTERYSTYKA KIERUNKU STUDIÓW

nazwa kierunku studiów	Media cyfrowe i grafika komputerowa	
Poziom kształcenia (studia pierwszego stopnia / studia drugiego stopnia / jednolite studia magisterskie)	studia pierwszego stopnia	
Profil kształcenia	praktyczny	
Forma studiów stacjonarne/niestacjonarne	stacjonarne/niestacjonarne	
Czas trwania studiów (w semestrach)	6	
Łączna liczba punktów ECTS dla danej formy studiów.	Studia stacjonarne 180	Studia niestacjonarne 180
Łączna liczba godzin określona w programie studiów	Studia stacjonarne 2506	Studia niestacjonarne 1990
Tytuł zawodowy nadawany absolwentom	licencjat	
Wymiar praktyk zawodowych	960 godzin	
Język prowadzenia studiów	polski	
Rok rozpoczęcia cyklu kształcenia	2024	

II. EFEKTY UCZENIA SIĘ

Symbol efektu	Opis efektów uczenia się	Kod uniwersalnej charakterystyki
WIEDZA absolwent zna i rozumie		
K_W01	Posiada zaawansowaną wiedzę o procesach, zjawiskach, podmiotach, strukturach i instytucjach związanych z mediami oraz nauką o poznaniu i komunikacji społecznej w kontekście biznesowym oraz elementy na nie wpływające	P6S_WG
K_W02	Posiada zaawansowaną wiedzę w zakresie technik cyfrowych wykorzystywanych w procesie komunikacji wizualnej	P6S_WG
K_W03	Zna i rozumie w zaawansowanym stopniu praktyczne aspekty procesu technicznego przygotowania materiału cyfrowego	P6S_WG
K_W04	Zna i rozumie właściwe dla mediów i komunikacji społecznej w jej biznesowym kontekście metody, narzędzia oraz techniki pozyskiwania danych, pozwalające opisywać zjawiska, procesy, podmioty, struktury i instytucje społecznego komunikowania	P6S_WG
K_W05	Rozumie metodologię pracy projektowej, kreatywnej i twórczej w zakresie projektowania treści na potrzeby komunikacji społecznej i mediów	P6S_WK
K_W06	Zna i rozumie różnorodne społeczne, ekonomiczne, prawne, etyczne i inne pozatechniczne uwarunkowania działalności zawodowej związanej z kierunkiem Media cyfrowe i grafika	P6S_WK

	komputerowa w tym pojęcia i zasady z zakresu ochrony własności przemysłowej i prawa autorskiego.	
K_W07	Zna historię projektowania graficznego jednocześnie identyfikując i wskazując najnowsze trendy i kierunki rozwoju w tej dziedzinie.	P6S_WG
K_W08	W sposób zaawansowany wyjaśnia pojęcia i normy postępowania z zakresu projektowania graficznego, multimediów, mediów, social mediów i marketingu	P6S_WG
K_W09	Posiada wiedzę na temat metod projektowania i prowadzenia badań w poszczególnych obszarach działalności projektowej w obszarze mediów.	P6S_WG
K_W10	Zna i rozumie przyczyny, przebieg, skalę i skutki procesów oraz zmian społecznych oraz rozumie ich wpływ na procesy projektowania graficznego, komunikacji w biznesie i działanie mediów	P6S_WK
K_W11	Posiada wiedzę na temat zasad tworzenia i rozwoju form przedsiębiorczości opartych na wiedzy z zakresu dziedzin właściwych dla projektowania graficznego i komunikacji wizualnej w kontekście biznesowym	P6S_WK
UMIEJĘTNOŚCI absolwent potrafi		
K_U01	Obserwuje, analizuje oraz interpretuje zjawiska oraz procesy społeczno-ekonomiczne zachodzące w zakresie lokalnym i globalnym uwarunkowane prowadzeniem działalności zawodowej w obszarze mediów cyfrowych i grafiki komputerowej	P6S_UW
K_U02	Stosuje zaawansowaną wiedzę teoretyczną do pozyskiwania danych w celu praktycznego analizowania procesów i zjawisk związanych z projektowaniem graficznym i user experience	P6S_UW
K_U03	Dokonuje krytycznej analizy symptomów, przyczyn i przebiegu procesów oraz zjawisk społecznych warunkujących skuteczną komunikację społeczną, medialną i biznesową	P6S_UW
K_U04	Analizuje problem projektowy i konstruuje jego twórcze rozwiązanie wykorzystując określone metody realizacji projektów w obszarze projektowania komunikacji wizualnej w mediach	P6S_UW
K_U05	Stosuje systemy normatywne oraz wybrane normy i reguły (prawne, zawodowe, etyczne) w rozwiązywaniu zadań z zakresu public relations, mediów, a także komunikacji społecznej i biznesowej	P6S_UW
K_U06	Stosuje w stopniu zaawansowanym technologię informatyczną (sprzęt, oprogramowanie) na potrzeby projektowania komunikacji wizualnej w mediach	P6S_UW
K_U07	Posługuje się kreatywnością, intuicją i poczuciem estetyki w swojej pracy projektowej	P6S_UW
K_U08	Ocenia i wdraża rozwiązania złożonych i nietypowych problemów z zakresu projektowania graficznego, marketingu, mediów, a także komunikacji społecznej i biznesowej oraz dobiera metody i instrumenty pozwalające racjonalnie je rozstrzygać	P6S_UW
K_U09	Stosuje narzędzia i metody właściwe dla komunikacji w biznesie w opisie i analizowaniu zjawisk społecznych w kontekście procesów lokalnych i globalnych	P6S_UW

K_U10	Projektuje komunikat marketingowy dobierając właściwe środki wyrazu do założonego rezultatu	P6S_UW
K_U11	Projektuje materiały graficzne i multimedialne na potrzeby rynku mediów cyfrowych i tradycyjnych	P6S_UW
K_U12	Potrafi brać udział w debacie, przedstawiać własne opinie dotyczące szczegółowych zagadnień z zakresu projektowania graficznego i mediów oraz oceniać różne stanowiska i dyskutować o nich.	P6S_UK
K_U13	Współdziała w ramach prac zespołowych w tym także o charakterze interdyscyplinarnym, podejmuje własną inicjatywę i efektywnie organizuje pracę, wykorzystując narzędzia analityczne i informacyjno-komunikacyjne.	P6S_UO
K_U14	Stosuje umiejętności komunikowania się interpersonalnego, sieciowego oraz przekazywania informacji przy użyciu różnego typu środków komunikowania	P6S_UK
K_U15	Posługuje się językiem obcym również w zakresie nauk społecznych i nauk o komunikacji społecznej na poziomie B2 Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego	P6S_UK
K_U16	Samodzielnie zdobywa, uzupełnia i doskonali wiedzę oraz umiejętności zawodowe, planuje dalsze uczenie się.	P6S_UU
KOMPETENCJE SPOŁECZNE absolwent jest gotów do		
K_K01	Jest gotów do tworzenia i prowadzenia własnej działalności gospodarczej i do podejmowania wyzwań zawodowych. Myśli i działa w sposób przedsiębiorczy	P6S_KO
K_K02	Wykazuje odpowiedzialność w ramach wyznaczonych ról organizacyjnych i społecznych oraz identyfikuje i rozstrzyga dylematy oraz różne warianty rozwiązań związane z dorobkiem i tradycją zawodu	P6S_KR
K_K03	Wskazuje własne luki kompetencyjne i podaje argumenty przemawiające za potrzebą dalszego kształcenia oraz jest otwarty na nowe pomysły i rozwiązania problemów	P6S_KK
K_K04	Jest gotów do wzięcia odpowiedzialności za podejmowane decyzje i powierzone mu zadania	P6S_KO, P6S_KR
K_K05	Podtrzymuje etos zawodu przestrzegając norm etycznych związanych z zawodem, zachowując wysokie standardy moralne i postępując uczciwie.	P6S_KR
K_K06	Jest gotów do krytycznej oceny posiadanej wiedzy. Korzysta z wiedzy i doświadczenia ekspertów do doskonalenia swoich umiejętności w dziedzinie projektowania graficznego	P6S_KK
K_K07	Aktywnie wypełnia swoje zobowiązania społeczne inicjując działania na rzecz interesu publicznego	P6S_KO

III. ZAJĘCIA LUB GRUPY ZAJĘĆ NIEZALEŻNIE OD FORMY PROWADZENIA WRAZ Z PRZYPISANIEM DO NICH EFEKTÓW UCZENIA SIĘ I TREŚCI PROGRAMOWYCH ZAPEWNIAJĄCYCH UZYSKANIE EFEKTÓW

A) PRZYPISANIE EFEKTÓW UCZENIA SIĘ DO ZAJĘĆ LUB GRUPY ZAJĘĆ NIEZALEŻNIE OD FORMY ICH PROWADZENIA

Nazwa przedmiotu	K_W01	K_W02	K_W03	K_W04	K_W05	K_W06	K_W07	K_W08	K_W09	K_W10	K_W11	K_U01	K_U02	K_U03	K_U04	K_U05	K_U06	K_U07	K_U08	K_U09	K_U10	K_U11	K_U12	K_U13	K_U14	K_U15	K_U16	K_K01	K_K02	K_K03	K_K04	K_K05	K_K06	K_K07				
BHP																																		x				
Etyka						x																													x			
Język obcy 1																										x										x		
Język obcy 2																										x										x		
Język obcy 3																										x										x		
Język obcy 4																										x										x		
Język polski branżowy																											x											
Metody efektywnego uczenia się																								x	x											x		
Microsoft 365				x													x									x										x		
Podstawy ekonomii						x				x		x																	x									
Podstawy komunikacji społecznej				x																				x		x										x		
Podstawy prawa cywilnego i gospodarczego						x					x						x												x									
Praca zespołowa z wykorzystaniem narzędzi IT																																					x	

**B) ZAJĘCIA LUB GRUPY ZAJĘĆ ORAZ TREŚCI PROGRAMOWE ZAPEWNIAJĄCE
UZYSKANIE EFEKTÓW UCZENIA SIĘ**

Nazwa przedmiotu	Treści programowe
BHP	Wprowadzenie do problematyki bezpieczeństwa i higieny pracy. Prawne aspekty bezpieczeństwa i higieny pracy.
	Pomieszczenia i warunki środowiskowe. Charakterystyka zagrożeń.
	Pracownie na uczelni. Wypadki na uczelni.
	Ochrona przeciwpożarowa. Pierwsza pomoc w nagłych wypadkach.
Etyka	Etyka jako nauka filozoficzna. Etyka a moralność
	Rodzaje teorii etycznych
	Kamienie milowe historii etyki
	Normy i ich rodzaje
	Konflikt wartości a dylemat etyczny
	Anomia
Język obcy	Rozumienie i analiza tekstów.
	Gramatyka i słownictwo.
	Komunikacja ustna w życiu codziennym i zawodowym.
	Komunikacja pisemna biznesowa.
Język polski branżowy	Zadania testujące rozumienie ze słuchu - poprawa rozumienia globalnego i selektywnego
	Zadania testujące rozumienie tekstu pisanego - poprawa rozumienia globalnego i selektywnego
	Zadania testujące mówienie (interakcja i produkcja) - poprawa w zakresie wymowy oraz posługiwania się słownictwem i strukturami gramatycznymi
	Zadania testujące poprawność gramatyczną - stosowanie poprawnych form gramatycznych
	Zadania testujące tworzenie własnego tekstu - poprawa w zakresie posługiwania się słownictwem, strukturami gramatycznymi oraz przestrzegania zasad ortograficznych
	Zadania testujące poprawność ortograficzną - stosowanie poprawnych form ortograficznych
Metody efektywnego uczenia się	Efektywna komunikacja z wykładowcami
	Style uczenia się i zapamiętywania.
	Kreatywne tworzenie notatek
	Tworzenie tekstu o charakterze naukowym wraz z aparatem pomocniczym
	Wyszukiwanie i weryfikacja źródeł informacji
	Narzędzia i aplikacje przydatne w procesie uczenia się
	Tworzenie przypisów i opisów bibliograficznych
	Techniki pamięciowe
Microsoft 365	Wprowadzenie do środowiska chmurowego MS 365. Aplikacje i wersja webowa narzędzi. Logowanie, pobieranie aplikacji. Korzystanie z wersji webowej.
	Omówienie funkcjonalności One Drive. Omówienie funkcjonalności MS Teams. Współdzielenie plików i udostępnianie.
	Omówienie funkcjonalności i działania MS Sway, MS Stream i MS Forms.
	MS Power Point. Omówienie funkcjonalności: narzędzia główne, wstawianie, rysowanie, projektowanie, animacje, przejścia. Przygotowanie szablonu własnej prezentacji w grupie (templates). Legalność zdjęć i multimediiów. Licencja Creative Commons.

	MS Word. Struktura dokumentu. Omówienie zasad edycji. Formatowanie i ustawienia (układ). Wstawianie. Projektowanie. Numerowanie stron i spisy treści. Praca na dokumencie współdzielonym.
	MS Word. Rysowanie. Tabele. Edytor równań. Odwołania. Korespondencja. Recenzja.
	MS Excel. Struktura arkusza i skoroszytu. kolumny i wiersze (dodawanie i usuwanie). Nawigacja po arkuszu i skoroszytcie. Pole nazwy. Adresowanie komórek. Formatowanie komórek i arkusza. Formaty liczbowe. Formatowanie komórek. „Ustawienia strony” oraz „podgląd wydruku” i „widok podziału stron. Obszar wydruku. Typy danych: teksty, liczby (w tym daty) i formuły. Podstawowe operacje matematyczne. oraz kolejność wykonywania działań. Wybrane funkcje: Suma, średnia, suma.iloczynów, jeżeli, oraz wybrane funkcje daty i czasu lub finansowe w przykładach.
	MS Excel. Wykresy. Typy wykresów i ich zastosowanie, Zasady tworzenia wykresów. Formatowanie wykresów. Odwołania względne, bezwzględne i mieszane. Odwołania dalekie. Zarządzanie danymi: listy, sortowanie i filtrowanie danych – autofiltr i filtry zaawansowane, sprawdzenie poprawności, ochrona danych. Analiza danych.
	Praca z plikami online w chmurze. Budowanie witryny w MS Sharepoint.
Podstawy ekonomii	Równowaga rynkowa na danym rynku
	Jak rynek ustala cenę równowagi rynkowej
	Ceny maksymalne i minimalne
	Mechanizm zmian cen rynkowych
	Jak funkcjonuje gospodarka rynkowa
	Jak funkcjonuje gospodarka nakazowo-rozdzielcza
	Inflacja i bezrobocie
	Polityka monetarna i fiskalna
Model IS-LM	
Podstawy komunikacji społecznej	Podstawy efektywnej komunikacji
	Informowanie a przekonywanie. Dwa podstawowe typy komunikowania
	Skuteczne komunikowanie niewerbalne
	Zasady efektywnej dyskusji w grupie
	Techniki erystyczne w publicznych dyskusjach
Jak skonstruować wystąpienie publiczne	
Podstawy prawa cywilnego i gospodarczego	Pojęcie systemu prawa, gałęzi prawa, norma prawna i przepis prawny
	Charakter zadań wykonywanych przez jednostki sektora finansów publicznych
	Struktura i analiza dochodów publicznych
	Struktura i analiza wydatków publicznych
	Struktura i cechy systemu podatkowego w Polsce
	System źródeł prawa w Polsce
	Gałęzie prawa, prawo publiczne a prawo prywatne, interes publiczny a interes prywatny
	Podmioty prawa publicznego a podmioty prawa prywatnego
	Instytucje prawa prywatnego (umowa jako podstawowy instrument prawa prywatnego)
	Instytucje prawa publicznego (decyzja jako podstawowy instrument prawa publicznego)
	Jednostki sektora finansów publicznych
	Zasady budżetowe, planowanie budżetowe, ustawa budżetowa
	Postępowanie podatkowe i decyzja podatkowa

Praca zespołowa z wykorzystaniem narzędzi IT	Narzędzia informatyczne wykorzystywane w toku studiów i ich funkcjonalności
Różnice kulturowe	Co to jest kultura? Wprowadzenie
	Stereotypy i uprzedzenia
	Główne orientacje kulturowe - G. Hofstede - R. Gesteland - E. Meyer
	Komunikacja międzykulturowa. Komunikacja bezpośrednia i pośrednia. Bariery w komunikacji werbalnej. Komunikacja niewerbalna
	Religia, wartości, postawy, zwyczaje – wpływ na biznes
	Proces negocjacji międzykulturowych
	Szok kulturowy
Socjologia	Charakterystyka najważniejszych mechanizmów społecznych w kontekście rozwoju nauki socjologii
	Kultura i różnicowanie kulturowe oraz ich oddziaływanie na społeczeństwo
	Struktury społeczne i stratyfikacja społeczna
	Globalizacja
	Społeczne uwarunkowania rynku pracy
	Ubóstwo, jako przykład problemu społecznego o charakterze interdyscyplinarnym
	Społeczna Odpowiedzialność Biznesu
Metody i techniki badań społecznych	
Wprowadzenie do projektu kierunkowego	Zasady realizacji projektu kierunkowego w zakresie: zawartości projektu, jego struktury, zastosowania metod i technik badawczych, metod prezentacji danych statystycznych, ochrony własności intelektualnej i praw autorskich.
Zrównoważony rozwój	Wprowadzenie do zrównoważonego rozwoju
	Wymiar ekologiczny/ środowiskowy zrównoważonego rozwoju
	Wymiar społeczny zrównoważonego rozwoju
	Wymiar ekonomiczny/ biznesowy zrównoważonego rozwoju i ESG
Badania marketingowe	Istota i pojęcie marketingu. Marketing-mix. Orientacja rynkowa w gospodarce.
	Klasyfikacje badań marketingowych
	Analizy rynku - SWOT, 5 sił Portera, Macierz BCG
	Badania ilościowe - badanie ankietowe
	Badania jakościowe
	Dane wtórne Raport badawczy
Gra biznesowa	Wprowadzenie do gry, interpretacja praktycznego sensu podstawowych kategorii biznesowych oraz wyjaśnienie obowiązujących zasad i założeń. Określenie zasad pracy grupowej, podział ról i zadań.
	Analiza uwarunkowań rynkowych, szczegółowa analiza zasad gry. Prognozowanie popytu i obliczanie zapotrzebowania na zasoby.
	Zarządzanie przedsiębiorstwem, bilansowanie czynników produkcji, kalkulacja kosztów, wypracowanie polityki cenowej. Praca pod presją czasową (określony czas rozegrania kolejnych rund).
	Sprzedż produktów/usług, ogłoszenie i analiza wyników przedsiębiorstw i ich raportów finansowych. Analiza czynników sukcesu/porażki
Grafika rastrowa	Wprowadzenie do grafiki rastrowej
	Oprogramowanie do grafiki rastrowej
	Narzędzia w grafice rastrowej

	Warstwy, zaznaczenie, kadrowanie, transformacje
	Korekcja tonów i kolorów. Tryby mieszania.
	Edycja grafiki rastrowej na potrzeby reklamy
	Projekty praktyczne z wykorzystaniem grafiki rastrowej
Grafika wektorowa	Wprowadzenie do problematyki grafiki wektorowej
	Przestrzenie barwne, formaty plików
	Oprogramowanie - przegląd, poznanie funkcjonalności programu
	Grafika wektorowa - zastosowanie i edycja krzywych
	Narzędzia w grafice wektorowej
Kreatywność i design thinking	Grafika wektorowa - projekty praktyczne
	Kreatywność - sposoby pobudzania i kształtowania
	Myślenie wizualne. Myślenie konwergencyjne i dywergencyjne
	Design thinking - etapy
	Badania w design thinking
	Design thinking - przykłady działań
	Kreatywność w reklamie - przykłady najlepszych działań z ostatnich lat
Marketing internetowy	Tekst i obraz w reklamie
	Marketing partyzancki
	Marketing internetowy - charakterystyka i zakres
	Wybrane narzędzia e-marketingu i ich zastosowania praktyczne.
	SEO - pozycjonowanie stron internetowych
	Marketing PPC
	Automation marketing- charakterystyka
Networking i współpraca B2B	Google Ads - omówienie platformy,
	Google Ads - planowanie kampanii, formaty reklam
	Wprowadzenie do tematyki networkingu
	Etykieta w biznesie
	Techniki networkingu
	Budowanie sieci kontaktów
	Marketing B2B - zakres działań
	Strategie działania na rynku B2B
Marketing i sprzedaż na rynku B2B	
Nowe media i e-public relations	Narzędzia marketingu B2B
	E-public relations - pojęcie i zakres działań
	Cele e-pr
	Zarządzanie wizerunkiem i tożsamością
	Narzędzie e-pr w Internecie
	Audyt komunikacyjny, zarządzanie kryzysowe
	PR wewnętrzny
	Relacje z mediami i innymi grupami opinii
Kształtowanie komunikatów dla mediów	
Prawo własności intelektualnej	Prawo własności intelektualnej – wprowadzenie, zasady, źródło praw
	Ochrona praw autorskich i pokrewnych w Internecie/mediach społecznościowych
	Prawo przemysłowe – wprowadzenie, zasady i źródło praw
	Ochrona znaków graficznych i wzorów przemysłowych
	Sztuczna inteligencja w procesie twórczym – zakres dopuszczalności
	Umowy autorskie - zagrożenia, dobre praktyki
	Świadczenie usług drogą elektroniczną a obowiązki informacyjne

	Ochrona dóbr osobistych – wizerunku
Projekt kierunkowy 1	Zasady pracy nad projektem
	Harmonogram projektu. Wybór i formułowanie problemu badawczego oraz hipotez badawczych
	Koncepcja rozwiązania problemu badawczego
	Dobór metody i technik realizacji projektu
	Dobór, opracowanie oraz poszukiwanie materiałów źródłowych
Projekt kierunkowy 2	Organizacja i przeprowadzenie badań, w tym badania w terenie
	Organizacja i przeprowadzenie badań
	Wykorzystanie wyników badań dla celów projektu
	Propozycje rozwiązań projektowych
Projektowanie graficzne	Redagowanie projektu kierunkowego, w tym przygotowanie jego wersji elektronicznej
	Podstawy projektowania graficznego
	Kompozycja
	Dobór kolorów
	Typografia
	Systemy siatek w projektowaniu graficznym
Rynek mediów	Trendy w projektowaniu graficznym
	Współczesny rynek mediów w Polsce
	Klasyfikacja mediów
	Przemysł filmowy i audiowizualny
	Charakterystyka rynku telewizyjnego
	Rynek prasowy
	Internet - media strumieniowe
Media społecznościowe	
Wprowadzenie do multimedii i video	Projektowanie treści multimedialnych - zakres, metody, narzędzia
	Techniki rejestracji video
	Dźwięk i światło w video
	Oprogramowanie do obróbki video - wprowadzenie i omówienie narzędzi
	Aspekty techniczne obróbki video
	Montaż video: cięcie, przejścia i efekty
	Color grading w video
Wprowadzenie do tematyki fotografii	Podstawy fotografii: historia, budowa aparatu fotograficznego, rodzaje obiektywów, elementy prawidłowej ekspozycji.
	Kompozycja w fotografii
	Tło w fotografii
	Fotografia portretowa i produktowa
	Fotografia plenerowa i uliczna
	Adobe Lightroom - wprowadzenie do oprogramowania
	Postprodukcja i techniki retuszu fotografii
	Fotomontaż
Zarządzanie projektem medialnym	Charakterystyka projektu medialnego
	Zasady zarządzania projektami
	Rozpoczęcie projektu i wyznaczeniu celu
	Określenie zasad projektu i czasu trwania
	Koszty w projekcie
	Analiza ryzyka w projekcie
Zamykanie projektu	

Specjalność: Design w Internecie	Analityka internetowa
	Content marketing
	Design w Internecie
	Fotografia
	Grafika interaktywna
	Grafika w Internecie
	Komunikacja w mediach społecznościowych
	Komunikacja wizualna w e-commerce
	Marketing wizualny
	Optymalizacja stron internetowych
	Podstawy HTML i CSS
	Prototypowanie stron internetowych
	UX/UI
Specjalność: Grafika komputerowa w reklamie	Grafika 3D
	Historia sztuki i designu
	Marketing społeczny
	Marketing wizualny
	Poligrafia
	Pracownia fotograficzna
	Projektowanie opakowań
	Projektowanie stron www
	Projektowanie systemów identyfikacji wizualnej
	Psychologia marketingu i User Experience
	Social media
	Wizualizacja danych
	Zastosowanie fotografii w reklamie
Specjalność: Media cyfrowe w komunikacji wizualnej	Animacja
	Autoprezentacja w Internecie
	Formaty video w marketingu
	Fotografia produktowa
	Historia sztuki i designu
	Identyfikacja wizualna
	Postprodukcja video
	Psychologia marketingu i User Experience
	Scenariusz i scenopis
	Social Media
	Storytelling
	Warsztaty video
	Zastosowanie fotografii w reklamie

**Treści programowe mogą ulegać modyfikacjom w procesie doskonalenia programów studiów, w celu zapewnienia ich aktualności oraz dostosowania do oczekiwań rynku pracy.*

IV. PROGRAM STUDIÓW

Specjalności proponowane na I stopniu kierunku Media cyfrowe i grafika komputerowa

- Design w Internecie
- Grafika komputerowa w reklamie
- Media cyfrowe w komunikacji wizualnej (tylko forma niestacjonarna)

A) PRZYPORZĄDKOWANIE KIERUNKU STUDIÓW DO DYSYCYPLIN NAUKOWYCH

Dyscypliny naukowe	% PUNKTÓW ECTS
Nauki o komunikacji społecznej i mediach	100%

B) PODSTAWOWE WSKAŹNIKI ECTS OKREŚLONE DLA PROGRAMU STUDIÓW

Nazwa wskaźnika	Liczba punktów ECTS	
Łączna liczba punktów ECTS, jaką student musi uzyskać w ramach zajęć prowadzonych z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich lub innych osób prowadzących zajęcia	STUDIA STACJONARNE 91,5	STUDIA NIESTACJONARNE 70,1
Łączna liczba punktów ECTS przyporządkowana zajęciom kształtującym umiejętności praktyczne	STUDIA STACJONARNE 151,0	STUDIA NIESTACJONARNE 140,7
Łączna liczba punktów ECTS, jaką student musi uzyskać w ramach zajęć z dziedziny nauk humanistycznych lub nauk społecznych – w przypadku kierunków studiów przyporządkowanych do dyscyplin w ramach dziedzin innych niż odpowiednio nauki humanistyczne lub nauki społeczne	5	
Łączna liczba punktów ECTS przyporządkowana zajęciom do wyboru	79	
Łączna liczba punktów ECTS przyporządkowana praktykom zawodowym	40	

C) WYMIAR, ZASADY I FORMY ODBYWANIA PRAKTYK ZAWODOWYCH

Zgodnie z Regulaminem studiów Uniwersytetu WSB Merito we Wrocławiu, praktyki zawodowe są obowiązkowe a zasady ich realizacji, treści programowe, metody kształcenia, efekty uczenia się, czy metody weryfikacji osiągnięcia efektów uczenia się etc. określają, podobnie jak w przypadku innych zajęć przewidzianych w programie studiów, karty przedmiotów „Praktyka zawodowa”.

Wymiar praktyk zawodowych dla studiów I stopnia wynosi min. 960 godzin dydaktycznych/24 tygodnie. Praktyki realizowane i zaliczane są w semestrach, w których w programie studiów przewidziany jest przedmiot „Praktyka zawodowa”.

Istnieją dwa rozwiązania dotyczące organizacji praktyk: student ma możliwość skorzystania z pomocy uczelni przy wyborze miejsca praktyki lub może ją zorganizować indywidualnie. W przypadku

organizacji praktyk student jest zobowiązany do złożenia deklaracji, na której pracodawca potwierdza możliwość realizacji programu praktyk w danej placówce/firmie/instytucji.

Z programu praktyk oraz założeń przedmiotu praktyka zawodowa określonych w karcie przedmiotu a także z Regulaminu praktyk zawodowych wynikają bezpośrednio miejsca, w których realizowane są praktyki. Uczelnia dobiera miejsca praktyk pod kątem ich przystosowania do osiągania efektów uczenia się przypisanych do praktyk na danym kierunku, możliwości realizacji programu praktyk oraz predyspozycji i preferencji studenta. Praktyki realizowane są w podmiotach, które zapewniają praktykantom opiekuna praktyk, odpowiednie stanowiska pracy odpowiadające zakresowi przyszłej działalności zawodowej (dostęp do komputera, Internetu, profesjonalne oprogramowania etc.).

Procesem organizowania i koordynowania praktyk zajmują się dedykowani poszczególnym kierunkom pracownicy Biura Karier (BK). Nadzór merytoryczny nad realizacją praktyk zawodowych sprawuje opiekun praktyk zawodowych z ramienia Uczelni.

D) SPOSOBY WERYFIKACJI I OCENY EFEKTÓW UCZENIA SIĘ OSIĄGANÝCH PRZEZ STUDENTA W TRAKCIE CAŁEGO CYKLU KSZTAŁCENIA

Weryfikacja efektów uczenia się stanowi uniwersalny system umożliwiający monitorowanie, sprawdzanie i ocenianie procesu uczenia się studenta w trakcie całego cyklu kształcenia w uczelni. W doborze metod weryfikacji uwzględnia się rodzaje efektów (wiedza, umiejętności, kompetencje społeczne), etapy kształcenia (I stopień, II stopień), kierunki/programy studiów (merytoryka), a także treści (teoretyczne, praktyczne) i formy zajęć (wykład, ćwiczenia, lektorat, konwersatorium, laboratorium, seminarium, praktyka zawodowa). W uczelni przyjmuje się określone sposoby weryfikacji efektów uczenia się: egzaminy (ustne lub pisemne), prace kontrolne, kolokwia, projekty, a także inne aktywności zlecone przez dydaktyka, takie jak np.: ćwiczenia/zadania indywidualne i grupowe, case study, dyskusje dydaktyczne/debaty, prezentacje, gry dydaktyczne. Zróżnicowanie metod weryfikacji pozwalana na całościowe kontrolowanie postępów w procesie uczenia się studenta. Szczegółowe informacje, co do zasad i sposobów weryfikacji i oceny osiągnięcia efektów uczenia się w odniesieniu do poszczególnych kursów/przedmiotów, zamieszczone są w kartach przedmiotów. Poziom osiągnięcia efektów uczenia się studenta dokumentuje się:

- w przypadku wykładu, ćwiczenia, lektoratu, konwersatorium, laboratorium, seminarium – w protokole egzaminu/zaliczenia,
- w przypadku praktyki zawodowej – w protokole zaliczenia praktyki,
- w przypadku egzaminu dyplomowego – w protokole egzaminu dyplomowego.

Sposoby weryfikacji i oceny efektów uczenia się podlegają stałej kontroli Metodyka oraz Wydziałowego Zespołu ds. Jakości Kształcenia.

E) WYKAZ ZAJĘĆ LUB GRUPY ZAJĘĆ Z PRZYPISANIEM PUNKTÓW ECTS

Studia stacjonarne

L.p.	Przedmiot	Semestr	ECTS
1.	BHP	I	0
2.	Etyka	II	2
3.	Język obcy 1	I	3
4.	Język obcy 2	II	3
5.	Język obcy 3	III	3
6.	Język obcy 4	IV	3
7.	Język polski branżowy	I	0
8.	Metody efektywnego uczenia się	I	2
9.	Microsoft 365	I	2
10.	Podstawy ekonomii	II	3
11.	Podstawy komunikacji społecznej	I	2
12.	Podstawy prawa cywilnego i gospodarczego	I	3
13.	Praca zespołowa z wykorzystaniem narzędzi IT	I	0
14.	Różnice kulturowe	III	3
15.	Socjologia	I	2
16.	Wprowadzenie do projektu kierunkowego	IV	1
17.	Wychowanie fizyczne	III	0
18.	Wychowanie fizyczne	IV	0
19.	Wykład do wyboru w języku obcym	IV	2
20.	Zrównoważony rozwój	II	1
21.	Badania marketingowe	II	4
22.	Gra biznesowa	IV	3
23.	Grafika rastrowa	II	5
24.	Grafika wektorowa	I	5
25.	Kreatywność i design thinking	III	4
26.	Marketing internetowy	III	4
27.	Networking i współpraca B2B	III	4
28.	Nowe media i e-public relations	II	5
29.	Praktyka zawodowa 1	V	20
30.	Praktyka zawodowa 2	VI	20
31.	Prawo własności intelektualnej	IV	3
32.	Projekt kierunkowy 1	V	3
33.	Projekt kierunkowy 2	VI	3
34.	Projektowanie graficzne	III	5
35.	Rynek mediów	I	5
36.	Wprowadzenie do multimediów i video	III	5
37.	Wprowadzenie do tematyki fotografii	II	4
38.	Zarządzanie projektem medialnym	III	4
39.	Przedmioty specjalnościowe	IV,V,VI	39
łącznie:			180

Studia niestacjonarne

L.p.	Przedmiot	Semestr	ECTS
1.	BHP	I	0
2.	Etyka	II	2
3.	Język obcy 1	II	6
4.	Język obcy 2	III	6

5.	Metody efektywnego uczenia się	I	2
6.	Microsoft 365	I	2
7.	Podstawy ekonomii	II	3
8.	Podstawy komunikacji społecznej	I	2
9.	Podstawy prawa cywilnego i gospodarczego	I	3
10.	Praca zespołowa z wykorzystaniem narzędzi IT	I	0
11.	Różnice kulturowe	III	3
12.	Socjologia	I	2
13.	Wprowadzenie do projektu kierunkowego	IV	1
14.	Wykład do wyboru w języku obcym	IV	2
15.	Zrównoważony rozwój	II	1
16.	Badania marketingowe	II	4
17.	Gra biznesowa	IV	3
18.	Grafika rastrowa	II	5
19.	Grafika wektorowa	I	5
20.	Kreatywność i design thinking	III	4
21.	Marketing internetowy	III	4
22.	Networking i współpraca B2B	III	4
23.	Nowe media i e-public relations	II	5
24.	Praktyka zawodowa 1	V	20
25.	Praktyka zawodowa 2	VI	20
26.	Prawo własności intelektualnej	IV	3
27.	Projekt kierunkowy 1	V	3
28.	Projekt kierunkowy 2	VI	3
29.	Projektowanie graficzne	III	5
30.	Rynek mediów	I	5
31.	Wprowadzenie do multimediów i video	III	5
32.	Wprowadzenie do tematyki fotografii	II	4
33.	Zarządzanie projektem medialnym	III	4
34.	Przedmioty specjalnościowe	IV,V,VI	39
łącznie:			180