

**PROGRAM NAUCZANIA NA KIERUNKU:
KOMUNIKACJA WIZERUNKOWA (reklama, public relations, branding)**

FORMA STUDIÓW: stacjonarne

SPECJALNOŚĆ: Communication Design (Projektowanie komunikacji)

POZIOM KSZTAŁCENIA: II stopnia

PROGRAM OBOWIĄZUJĄCY OD ROKU AKADEMICKIEGO 2016/2017

KWALIFIKACJE ABSOLWENTA:

Absolwenci studiów II stopnia zyskują wiedzę i umiejętności pozwalające im samodzielnie przygotowywać i wdrażać złożone i rozbudowane strategie komunikacyjne instytucji różnego typu. Absolwenci zyskują także kompetencje pozwalające im zarządzać komunikacją w instytucjach multikulturowych oraz dużych międzynarodowych korporacjach. Ponadto absolwenci zarządzają mogą:

- kapitałem wolnego od konfliktów interpersonalnych funkcjonowania komunikacji zarówno wewnątrz firmy czy urzędu jak i na zewnątrz;
- wyspecjalizowanymi firmami doradczymi, zajmującymi się organizacją, optymalizacją i projektowaniem procesów komunikacyjnych
- szkoleniem kadry kierowniczej i pracowników przedsiębiorstw, firm i urzędów odpowiedzialnych za funkcjonowanie stosunków interpersonalnych, zarówno na kursach poza firmą jak i na jej terenie
- agencjami corporate identity i reklamowymi, zarówno w dziale kreatywnym jak i w doradztwie czy planowaniu strategicznym.

Absolwenci mogą zakładać własne firmy organizujące procesy komunikacyjne i doradcze na wolnym rynku. Absolwenci projektowania komunikacji na dynamicznie rozwijającym się rynku pracy o szybko zmieniających się wymogach i profilach zawodowych, wymagających od podejmujących pracę młodych ludzi elastycznych umiejętności dostosowawczych, będą mogli wykorzystać zdobyte w czasie studiów kwalifikacje w bardzo szerokim zakresie, nie zdeteminowanym charakterem produkcji, sektorem gospodarczym, formą lub stosunkami własności przedsiębiorstw. Wszędzie tam, gdzie dla funkcjonowania przedsiębiorstwa niezbędna jest skuteczna i optymalna komunikacja międzyludzka, jako jeden z decydujących czynników uzyskiwania wymiernych wyników ekonomicznych, kompetencja absolwentów stanowić będzie atut, decydujący o ich zatrudnianiu.

PRZEDMIOTY OBOWIĄZKOWE

Nr	Nazwa przedmiotu	Liczba godzin	ECTS	Uwagi
1.	Osobowość medialna marki - warsztat	30	5	
2.	Komunikacja w organizacji	30	5	
3.	Ekonomia i rynek - warsztat	15	4	
4.	Sektory kreatywne a prawo - warsztat	15	4	
5.	Teoria i praktyka projektowania komunikacji	30	5	
6.	Projektowanie graficzne dla branży kreatywnej	30	3	
7.	Diagnostyka trendów w komunikacji	30	4	
8.	Komunikacja interkulturowa	30	4	
9.	Information research	30	3	
10.	Web design	30	3	
11.	Filozofia współczesna	30	4	
12.	Reklama interkulturowa	15	4	
13.	Planowanie strategiczne	15	4	
14.	Information design	30	4	
15.	Projektowanie graficzne w reklamie	30	4	
16.	Semiotyka i systemy orientacyjne	30	5	
17.	Realizacja krótkich form filmowych	30	5	
18.	Warsztat kreatywnego pisania - storytelling	30	5	
19.	Projekt specjalnościowy	30	8	
20.	Seminarium magisterskie	90	21	
21.	Język obcy	60	4	
22.	Wychowanie fizyczne	30	1	
23.	Przedsiębiorczość	15	1	

PRZEDMIOTY DO WYBORU

Nr	Nazwa przedmiotu	Liczba godzin	ECTS	Uwagi
1.	Autoprezentacja w kontekście rozmowy kwalifikacyjnej	30	2	
2.	Kultura popularna i alternatywna	30	2	
3.	Film image'owy	30	2	
4.	Kultura popularna i alternatywna	30	2	
5.	Interaction design	30	2	
6.	Design management	30	2	

7.	Fotografia wizerunkowa	30	2	
8.	Zarządzanie konfliktem	30	2	
9.	Analiza tekstów wizualnych	30	2	
10.	Reklama społeczna	30	2	
11.	Wystąpienia publiczne	30	2	
12.	Design prezentacji	30	2	
13.	Design powierzchni	30	2	
14.	Typologia komunikacja	30	2	
15.	Wizualizacja danych i idei	30	2	
16.	E-publishing	30	2	
17.	Estetyka w komunikacji	30	2	
18.	Alternatywne źródła informacji	30	2	
19.	Miasto kreatywne	30	2	
20.	Analiza współczesnych form komunikacji	30	2	
21.	Project management	30	2	

**WARUNKI UKOŃCZENIA STUDIÓW I UZYSKANIA TYTUŁU ZAWODOWEGO
DANEGO KIERUNKU/SPECJALNOŚCI/SPECJALIZACJI**

Pozytywna ocena egzaminu magisterskiego oraz obrony wcześniej przygotowanego projektu pozostającego w związku z kierunkiem studiów.

INNE WYMAGANIA

Egzamin z języka obcego na poziomie biegłości B2+ Europejskiego Opisu Kształcenia Językowego Rady Europy.

PLAN STUDIÓW NA KIERUNKU: Komunikacja wizerunkowa (reklama, public relations, branding)**SPECJALNOŚĆ: Communication design****POZIOM: II****I ROK****1 semestr**

Lp.	Nazwa przedmiotu	O/F*	Forma zajęć**	Liczba godzin	ECTS	Forma zaliczenia
1	Osobowość medialna marki - warsztat	O	Ćwiczenia	30	5	Z/o
2	Komunikacja w organizacji	O	Ćwiczenia	30	5	Z/o
3	Ekonomia i rynek – warsztat	O	Warsztat	15	4	Z/o
4	Sektory kreatywne a prawo - warsztat	O	Konwersat.	15	4	Z/o
5	Teoria i praktyka projektowania komunikacji	O	Ćwiczenia	30	5	Zo
6	Projektowanie graficzne dla branży kreatywnej	O	Warsztat	30	3	Z/o
7	Diagnostyka trendów w komunikacji	O	Konwersatorium	30	4	Z/o
8	Język obcy	O	Ćwiczenia	60	0	Z/o
Razem				240	30	-----

2 semestr

Lp.	Nazwa przedmiotu	O/F*	Forma zajęć**	Liczba godzin	ECTS	Forma zaliczenia
1	Komunikacja interkulturowa	O	Ćwiczenia	30	4	Z/o
2	Information research	O	Konwersat.	30	3	Z/o
3	Webdesign	O	Ćwiczenia	30	3	Z/o
4	Filozofia współczesna	O	Ćwiczenia	30	4	Z/o
5	Reklama interkulturowa	O	Ćwiczenia	15	4	Z/o
6	Planowanie strategiczne	O	Warsztat	15	3	Z/o
7	Seminarium magisterskie	O	Seminarium	30	6	Z/o
8	Przedmiot opcyjny I Reklama społeczna	F	Ćwiczenia	30	2	Z/o
9	Wychowanie fizyczne	O	Ćwiczenia	30	1	Z/o
10	Język obcy	O			4	E
Razem				240	30	-----

II ROK STUDIÓW

3 semestr

Lp.	Nazwa przedmiotu	O/F*	Forma zajęć**	Liczba godzin	Punkty ECTS	Forma zaliczenia
1	Information design	O	warsztat	30	4	Z/o
2	Projektowanie graficzne w reklamie	O	warsztat	30	4	Z/o
3	Semiotyka i systemy ofientacyjne	O	ćwiczenia	30	4	Z/o
4	Projekt specjalnościowy	O	warsztat	15	4	Z/o
5	Seminarium magisterskie	O	seminarium	30	9	Z/o
6	Przedsiębiorczość	O	konwersatorium	15	1	Z/o
7	Przedmiot opcyjny II	F	ćwiczenia	30	2	Z/o
8	Przedmiot opcyjny III	F	ćwiczenia	30	2	Z/o
Razem				210	30	-----

4 semestr

Lp.	Nazwa przedmiotu	O/F*	Forma zajęć**	Liczba godzin	Punkty ECTS	Forma zaliczenia
1	Projekt specjalnościowy	O	warsztat	15	4	Z/o
2	Realizacja krótkich form filmowych	O	warsztat	30	5	Z/o
3	Warsztat kreatywnego pisania - storytelling	O	warsztat	30	5	Z/o
4	Seminarium magisterskie	O	seminarium	30	10	Z/o
5	Przedmiot opcyjny IV	F	ćwiczenia	30	2	Z/o
6	Przedmiot opcyjny V	F	ćwiczenia	30	2	Z/o
7	Przedmiot opcyjny VI	F	ćwiczenia	30	2	Z/o
Razem				195	30	-----