

**PROGRAM STUDIÓW: KOMUNIKACJA WIZERUNKOWA,  
STUDIA II STOPNIA STACJONARNE**

**SPECJALNOŚĆ: BRANDING**

**I ROK**

**1 semestr**

<b>Lp.</b>	<b>Nazwa przedmiotu</b>	<b>O/F</b>	<b>Forma zajęć</b>	<b>Liczba godzin</b>	<b>ECTS</b>	<b>Forma zaliczenia</b>
1.	Osobowość medialna marki	O	Ćwiczenia	30	4	Z/o
2.	Badanie komunikacji	O	Ćwiczenia	30	4	Z/o
3.	Ekonomia i rynek	O	Wykład	15	3	E
4.	Sektory kreatywne a prawo	O	Wykład	15	3	E
5.	Teoria i praktyka projektowania komunikacji	O	Ćwiczenia	30	4	Z/o
6.	Projektowanie graficzne dla branży kreatywnej	O	Warsztat	30	4	Z/o
7.	Diagnostyka trendów w komunikacji	O	Konwersatorium	30	4	Z/o
8.	Język obcy	O	Lektorat	60	4	E
9.	BHP (e-learning)	O	Wykład	4	0	Z
<b>Razem</b>				<b>244</b>	<b>30</b>	<b>-----</b>

\* Studenci cudzoziemcy mają obowiązek zrealizowania kursu języka polskiego w wymiarze 120 h w pierwszych czterech semestrach i uzyskanie poziomu B2. Kurs realizowany jest przez Szkołę Języka Polskiego i Kultury dla Cudzoziemców Uniwersytetu Wrocławskiego i pozwala uzyskać 8 ECTS. Punkty te nie wliczają się do puli ECTS koniecznej do ukończenia studiów.

**2 semestr**

<b>Lp.</b>	<b>Nazwa przedmiotu</b>	<b>O/F</b>	<b>Forma zajęć</b>	<b>Liczba godzin</b>	<b>ECTS</b>	<b>Forma zaliczenia</b>
1.	Komunikacja interkulturowa	O	Ćwiczenia	30	4	Z/o
2.	Filozofia współczesna	O	Ćwiczenia	30	5	Z/o
3.	<i>Badanie otoczenia marki</i>	O	Konserwatorium	30	2	Z/o
4.	<i>Strategia i zarządzanie marką</i>	O	Ćwiczenia	30	2	Z/o
5.	<i>Badanie publiczności marki</i>	O	Ćwiczenia	30	4	Z/o
6.	<i>Komunikacja reklamowa</i>	O	Wykład	30	2	Z/o
7.	<i>Antropologia komunikacji</i>	O	Ćwiczenia	30	2	Z/o
8.	<i>Brand equity – wartość marki</i>	O	Konwersatorium	15	2	Z/o
9.	Seminarium magisterskie	O	Seminarium	30	7	Z/o
<b>Razem</b>				<b>255</b>	<b>30</b>	<b>-----</b>

## II ROK STUDIÓW

### 3 semestr

Lp.	Nazwa przedmiotu	O/F	Forma zajęć	Liczba godzin	Punkty ECTS	Forma zaliczenia
1.	Semiotyka mediów społecznościowych	O	Wykład	30	4	E
2.	Projekt specjalnościowy	O	Warsztat	15	2	Z/o
3.	<i>Konteksty komunikacyjne marki</i>	O	Warsztat	30	4	Z/o
4.	<i>Koncept kreatywny marki</i>	O	Warsztat	30	4	Z/o
5.	<i>Estetyka w komunikacji marki</i>	O	Ćwiczenia	30	4	Z/o
6.	<i>Seminarium magisterskie</i>	O	Seminarium	30	7	Z/o
7.	<i>Społeczność marki</i>	O	Ćwiczenia	30	2	Z/o
8.	<i>Przedmiot opcyjny I</i>	F	Ćwiczenia	30	3	Z/o
	<i>Branding kulturowy</i>					
	<i>Kształtowanie przestrzeni marki</i>					
	<i>Branding miejsc</i>					
	<i>Projektowanie innowacji</i>					
<b>Razem</b>				<b>225</b>	<b>30</b>	-----

### 4 semestr

Lp.	Nazwa przedmiotu	O/F	Forma zajęć	Liczba godzin	Punkty ECTS	Forma zaliczenia
1.	Projekt specjalnościowy	O	Warsztat	15	3	Z/o
2.	<i>Doświadczenia użytkowników mediów</i>	O	Warsztat	30	4	Z/o
3.	<i>Storytelling</i>	O	Warsztat	30	4	Z/o
4.	<i>Seminarium magisterskie</i>	O	Seminarium	30	12	Z/o
5.	<i>Doradztwo w branding</i>	O	Ćwiczenia	30	4	Z/o
6.	<i>Przedmiot opcyjny II</i>	F	Ćwiczenia	30	3	Z/o
	<i>Repozycjonowanie marki</i>					
	<i>Digital touchpoints</i>					
	<i>Brand purpose</i>					
	<i>Architektura marki</i>					
<b>Razem</b>				<b>165</b>	<b>30</b>	-----

<sup>1</sup> O – obowiązkowy/ F – fakultatywny

<sup>2</sup> E – egzamin / Z/o – zaliczenie z oceną / Z - zaliczenie

<sup>3</sup> 81 (67% wszystkich) punktów ECTS realizowanych w ramach przedmiotów z wolnego wyboru (przedmioty specjalnościowe, język obcy, seminarium magisterskie, projekt specjalnościowy)

<sup>4</sup> Kursywą zaznaczone zostały przedmioty specjalnościowe

<sup>5</sup> Liczba punktów ECTS w ramach zajęć z dziedziny nauk humanistycznych: 5 (Filozofia współczesna – 5 ECTS)

<sup>6</sup> Łączna liczba godzin: 889

<b>Wskaźniki ECST</b>	
Liczba punktów ECTS niezbędna do uzyskania kwalifikacji	120
Łączna liczba punktów ECTS, które student musi uzyskać na zajęciach wymagających bezpośredniego udziału nauczycieli akademickich	120
Liczba punktów ECTS, którą student musi uzyskać w ramach zajęć z dziedziny nauk humanistycznych	5 (Filozofia współczesna – 5 ECTS)
Liczba punktów ECTS, którą student musi uzyskać w ramach zajęć z języka obcego	4+ 8 (w przypadku studentów cudzoziemców mających obowiązek realizacji kursu języka polskiego)
Liczba punktów ECTS, którą student musi uzyskać realizując moduły na zajęciach ogólnouczeniowych (lektoraty, moduły związane z przygotowaniem do zawodu nauczyciela)	4+ 8 (w przypadku studentów cudzoziemców mających obowiązek realizacji kursu języka polskiego)
Wymiar praktyki zawodowej i liczba punktów ECTS przypisanych praktykom określonym w programie studiów	-
Procentowy udział liczby punktów ECTS dla programu przyporządkowanego do więcej niż jednej dyscypliny	-
Procentowy udział poszczególnych dyscyplin, do których odnoszą się efekty uczenia. Suma udziałów musi być równa 100%	nauki o komunikacji społecznej i mediach – 100%

## OPIS ZAKŁADANYCH EFEKTÓW UCZENIA SIĘ DLA KIERUNKU STUDIÓW

<p>Wydział: Filologiczny          Kierunek studiów: komunikacja wizerunkowa          Dyscyplina naukowa: nauki o komunikacji społecznej i mediach (100%)          Poziom kształcenia: studia II stopnia          Poziom kwalifikacji: 7 PRK          Profil kształcenia: ogólnoakademicki          Tytuł nadawany absolwentom: magister</p>		
<p>Kod efektu uczenia się dla kierunku studiów</p>	<p><b>Efekty uczenia się dla kierunku studiów</b></p> <p>Po ukończeniu studiów drugiego stopnia na kierunku komunikacja wizerunkowa absolwent uzyska efekty uczenia się w zakresie:</p>	<p>Odniesienie do charakterystyk drugiego stopnia PRK z uwzględnieniem efektów właściwych dla dyscypliny nauki o komunikacji społecznej i mediach</p>
<p><b>WIEDZA</b></p>		
<p>K_W01</p>	<p>ma pogłębioną wiedzę o miejscu i znaczeniu nauk o komunikacji społecznej i mediach w systemie nauk, rozumie tendencje rozwojowe dyscypliny oraz jej relacje do innych dyscyplin naukowych, a także ma pogłębioną wiedzę na temat teoretycznych aspektów profesjonalnego komunikowania w sferze publicznej, zwłaszcza komunikacji wizualnej, projektowania komunikacji i komunikowania wizerunku</p>	<p>P7S_WG</p>
<p>K_W02</p>	<p>zna na poziomie pogłębionym terminologię nauk o komunikacji społecznej i mediach, a także zna i rozumie w pogłębionym stopniu wybrane fakty, obiekty i zjawiska oraz dotyczące ich teorie naukowe właściwe dla dyscypliny nauki o komunikacji społecznej i mediach, zwłaszcza z zakresu komunikacji wizualnej, projektowania komunikacji i komunikowania wizerunku</p>	<p>P7S_WG</p>
<p>K_W03</p>	<p>zna i rozumie w pogłębionym stopniu kluczowe zagadnienia podbudowane uporządkowaną wiedzą teoretyczną oraz wybrane zagadnienia z zakresu wiedzy szczegółowej związane z wiedzą o mediach i komunikacji społecznej, zwłaszcza z zakresu komunikacji wizualnej, projektowania komunikacji i komunikowania wizerunku</p>	<p>P7S_WG</p>
<p>K_W04</p>	<p>ma pogłębioną, prowadzącą do specjalizacji, wiedzę szczegółową w zakresie wybranej tematyki dotyczącej nauk o komunikacji społecznej i mediach</p>	<p>P7S_WG</p>

K_W05	zna w sposób pogłębiony wybrane metody i narzędzia opisu, analizy, interpretacji i wartościowania odpowiednie dla nauk o komunikacji społecznej i mediach, zwłaszcza komunikacji wizualnej oraz projektowania komunikacji i komunikowania wizerunku, a także techniki pozyskiwania danych, pozwalające opisywać struktury i instytucje społeczne oraz procesy w nich i między nimi zachodzące w zakresie wybranych obszarów przemysłów kreatywnych, mediów, komunikacji wizualnej i komunikowania wizerunku	P7S_WG
K_W06	zna i rozumie ekonomiczne, prawne, etyczne uwarunkowania różnych rodzajów działalności zawodowej w sektorze mediów, a także wybranych obszarach przemysłów kreatywnych, zwłaszcza związanych z komunikacją wizualną, projektowaniem komunikacji i komunikowaniem wizerunku, a także zna i rozumie pojęcia, regulacje i zasady z zakresu ochrony własności intelektualnej i prawa autorskiego oraz identyfikuje prawne uwarunkowania działalności w sektorze mediów, a także wybranych obszarach przemysłów kreatywnych, zwłaszcza związanych z komunikacją wizualną, projektowaniem komunikacji i komunikowaniem wizerunku	P7S_WK
K_W07	zna i rozumie dylematy współczesnej cywilizacji, a także wybrane aspekty współczesnej kultury oraz zasady i możliwości aktywnego uczestnictwa w życiu kulturalnym	P7S_WK
K_W08	zna metody i zasady tworzenia i rozwoju różnych form przedsiębiorczości	P7S_WK
<b>UMIEJĘTNOŚCI</b>		
K_U01	potrafi zbudować, zarówno ustnie, jak i na piśmie, spójny wywód o charakterze argumentacyjnym, odwołując się do własnych i cudzych poglądów, pozwalający na komunikowanie się na specjalistyczne tematy z zakresu nauk o komunikacji społecznej mediach ze zróżnicowanymi kręgami odbiorców	P7S_UW P7S_UK
K_U02	potrafi zbudować obszerną wypowiedź pisemną o charakterze naukowym, zwłaszcza z zakresu wiedzy o komunikacji wizualnej, projektowaniu komunikacji i komunikowaniu wizerunku	P7S_UW P7S_UK
K_U03	posiada pogłębione umiejętności badawcze, obejmujące analizę prac innych autorów, syntezę różnych idei i poglądów, dobór metod i konstruowanie narzędzi badawczych,	P7S_UW P7S_UK

	opracowanie i prezentację wyników, zakładające stosowanie zaawansowanych technik informacyjnych, pozwalające na oryginalne rozwiązywanie złożonych problemów w zakresie nauk o komunikacji społecznej i mediach, a także pogłębione umiejętności rozwiązywania zadań praktycznych związanych z komunikacją wizualną, projektowaniem komunikacji i komunikowaniem wizerunku	
K_U04	potrafi porozumiewać się w kwestiach szczegółowych ze zróżnicowanymi kręgami odbiorców, w tym ze specjalistami w zakresie nauk o komunikacji społecznej i mediach, a także przedstawicielami przemysłów kreatywnych, zwłaszcza związanych z komunikacją wizualną, projektowaniem komunikacji i komunikowaniem wizerunku	P7S_UK
K_U05	potrafi wyszukiwać, analizować, oceniać, selekcjonować i integrować informacje z różnych źródeł oraz formułować na tej podstawie krytyczne sądy, potrafi także zdobyć wiedzę z różnych dyscyplin społecznych i humanistycznych i stosować ją w nowych sytuacjach	P7S_UW
K_U06	potrafi samodzielnie pogłębiać uzyskaną wiedzę, a także potrafi celowo i skutecznie zastosować w sytuacjach zawodowych zdobyte umiejętności, ponadto potrafi efektywnie dostosować i modyfikować wiedzę i umiejętności do potrzeb zawodowych (analizować problemy oraz rozwiązywać zadania o charakterze praktycznym z zakresu wiedzy o mediach i komunikacji społecznej, a także mogących wystąpić przy realizacji zadań charakterystycznych zawodów związanych z komunikacją wizualną, projektowaniem komunikacji i komunikowaniem wizerunku	P7S_UU
K_U07	potrafi posługiwać się ważnymi dla nauk o komunikacji społecznej i mediach paradygmatami, koncepcjami teoretycznymi i pojęciami oraz zastosować je dla działań poznawczych oraz w różnych sytuacjach profesjonalnych mogących wystąpić przy wykonywaniu zawodów związanych z komunikacją wizualną, projektowaniem komunikacji i komunikowaniem wizerunku	P7S_UW
K_U08	potrafi zorganizować pracę zespołu, współdziałać w nim i sprawnie nim kierować	P7S_UO
K_U09	potrafi planować i realizować proces permanentnego uczenia i doskonalenia się;	P7S_UU

	potrafi inspirować i organizować proces uczenia się innych osób	
K_U10	potrafi gospodarować czasem i realizować w wyznaczonych terminach, samodzielnie lub w zespole, określone zadania, ponadto potrafi dokonać wyboru optymalnego rozwiązania i skutecznie przekonać do swoich racji, a także jest odpowiedzialny za wyniki uzyskane w pracy zespołowej	P7S_UO P7S_UU
K_U11	potrafi przeprowadzić krytyczną analizę i interpretację różnych tekstów i wytworów kultury materialnej stosując oryginalne podejścia, uwzględniające aktualne osiągnięcia nauk społecznych, w celu określenia ich znaczeń, oddziaływania społecznego, miejsca w procesie historyczno-kulturowym, ponadto potrafi dokonywać krytycznej analizy sposobu funkcjonowania rozwiązań technicznych charakterystycznych dla profesji kreatywnych, zwłaszcza związanych z komunikacją wizualną, projektowaniem komunikacji i komunikowaniem wizerunku	P7S_UW P7S_UK
K_U12	potrafi komunikować się w języku nowożytnym obcym na poziomie zgodnym z wymaganiami określonymi dla poziomu B2+ Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego	P7S_UK
<b>KOMPETENCJE SPOŁECZNE</b>		
K_K01	jest gotów do krytycznej oceny posiadanej wiedzy i odbieranych treści, ponadto uznaje znaczenie wiedzy w rozwiązywaniu problemów poznawczych i praktycznych z obszaru komunikacji społecznej i mediów, a także jest gotów do zasięgania opinii ekspertów w przypadku trudności z samodzielnym rozwiązaniem problemu	P7S_KK
K_K02	rozumie zasady pluralizmu kulturowego, a także jest gotów w praktyce stosować wiedzę o mechanizmach komunikacji interkulturowej	P7S_KO
K_K03	ma świadomość znaczenia zasad etyki zawodowej profesji związanych z komunikacją wizualną, projektowaniem komunikacji oraz komunikowaniem wizerunku, a także uczciwości intelektualnej w działaniach własnych i innych osób; jest gotów postępować zgodnie z tymi zasadami i je rozwijać	P7S_KR P7S_KO
K_K04	jest gotów do świadomego przyjęcia znaczenia	P7S_KO

	wiedzy o komunikacji społecznej i mediach, a także wypełniania zobowiązań społecznych, inspirowania i organizowania działalności na rzecz środowiska społecznego i interesu publicznego	
K_K05	jest gotów do świadomego przyjęcia współodpowiedzialności za zachowanie dziedzictwa kulturowego regionu, kraju, Europy oraz uczestniczenia w różnorodnych akcjach podejmowanych w tym obszarze	P7S_KO
K_K06	jest gotów do myślenia i działania w sposób przedsiębiorczy, do współpracy i współdziałania, negocjacji, posługiwania się metodami i narzędziami zarządzania własną ścieżką kariery zawodowej	P7S_KO
K_K07	jest gotów do odpowiedzialnego i etycznego pełnienia ról zawodowych związanych z branżą kreatywną, zwłaszcza profesjami specjalizującymi się w komunikacji wizualnej, projektowaniu komunikacji komunikowaniu wizerunku, z uwzględnieniem zmieniających się potrzeb społecznych, w tym rozwijania dorobku zawodów medialnych i okołomedialnych oraz podtrzymywania ich etosu	P7S_KR

Objaśnienie symboli:

PRK – Polska Rama Kwalifikacji

P6S\_WG/P7S\_WG – kod składnika opisu kwalifikacji dla poziomu 6 i 7 w charakterystykach drugiego stopnia Polskiej Ramy Kwalifikacji

K\_W - kierunkowe efekty uczenia się w zakresie wiedzy

K\_U - kierunkowe efekty uczenia się w zakresie umiejętności

K\_K - kierunkowe efekty uczenia się w zakresie kompetencji społecznych  
01, 02, 03 i kolejne - kolejny numer kierunkowego efektu uczenia się



**OPIS EFEKTÓW UCZENIA SIĘ ZAKŁADANYCH DLA SPECJALNOŚCI  
BRANDING Z ODNIESIENIEM DO EFEKTÓW UCZENIA SIĘ  
ZDEFINIOWANYCH DLA KIERUNKU STUDIÓW**

Wydział: Filologiczny Kierunek studiów: komunikacja wizerunkowa Specjalność: branding Dyscyplina naukowa: nauki o komunikacji społecznej i mediach (100%) Poziom kształcenia: studia II stopnia Poziom kwalifikacji: 7 Profil kształcenia: ogólnoakademicki		
Kod efektu uczenia się dla specjalności	<b>Efekty uczenia się dla specjalności</b>	Symbol efektów uczenia się zdefiniowanych dla kierunku studiów
<b>WIEDZA</b>		
S1_W01	ma pogłębioną wiedzę o tym, czym jest marka i jakie są perspektywy jej opisu w kontekście teoretycznych paradygmatów obowiązujących w naukach o komunikacji społecznej i mediach	K_W01; K_W02; K_W03; K_W04; K_W05;
S1_W02	ma pogłębioną wiedzę o specyfice różnych typów marek (komercyjnych, politycznych, pozarządowych, osobistych) i potrafi ją odnieść do istotnych teorii obowiązujących w naukach o komunikacji społecznej i mediach	K_W01; K_W02; K_W03; K_W04; K_W05;
S1_W03	ma pogłębioną wiedzę o relacji między marką, jej komunikacją oraz społecznym otoczeniem, a także o sposobach komunikowania o marce	K_W01; K_W02; K_W03; K_W04; K_W05;
S1_W04	rozumie w pogłębionym stopniu rolę i szczegółowe funkcje marek w kulturze i społeczeństwie	K_W06;
S1_W05	ma pogłębioną wiedzę na temat ilościowych i jakościowych metod badania marek, konsumentów oraz społecznych i rynkowych trendów	K_W05;
<b>UMIEJĘTNOŚCI</b>		
S1_U01	potrafi dokonać analizy otoczenia marki, ze szczególnym uwzględnieniem otoczenia kulturowego, konkurencyjnego i konsumentckiego	K_U03; K_U04; K_U05; K_U07;
S1_U02	potrafi zdefiniować strategiczne cele marki, a także zaplanować taktyki i operacje komunikacyjne, które będą je realizować	K_U03; K_U04; K_U05; K_U07;
S1_U03	potrafi zaprojektować i przeprowadzić badania ilościowe i jakościowe, szczególnie nastawione na	K_U03; K_U05;

	analizę marek i różnorodnych form ich komunikowania	
S1_U04	potrafi komunikować się z badaczami komunikacji wizerunkowej oraz ze specjalistami różnych zawodów z sektorów kreatywnych	K_U03; K_U04; K_U05; K_U06; K_U07; K_U11;
S1_U05	potrafi kierować pracą zespołu	K_U08; K_U10;
S1_U06	jest w stanie interpretować trendy rynkowe związane z sektorami kreatywnymi, a także rozwijać swoje kompetencje związane z realizacją różnych zawodów z sektorów kreatywnych	K_U09; K_U11;
<b>KOMPETENCJE SPOŁECZNE</b>		
S1_K01	ma świadomość społecznych skutków działalności w sferze kreowania wizerunku i promocji marek, rozumie wpływ tworzenia kampanii promocyjnych na społeczeństwo	K_K02; K_K04;
S1_K02	jest gotów do uznania wiedzy na temat marki i komunikacji wizerunkowej w rozwiązywaniu problemów poznawczych i praktycznych	K_K01; K_K06;
S1_K03	jest gotów do przestrzegania zasad etyki zawodowej obowiązującej w zawodach kreatywnych związanych z kreowaniem wizerunku marki	K_K03; K_K05; K_K07

**Pokrycie efektów uczenia się określonych w charakterystykach Polskiej Ramy Kwalifikacji przez efekty kierunkowe i specjalnościowe**

<b>Kierunek studiów: komunikacja wizerunkowa</b> <b>Poziom kształcenia: studia II stopnia</b> <b>Profil kształcenia: ogólnoakademicki</b>		
Kod składnika opisu Polskiej Ramy Kwalifikacji	Efekty uczenia się określone w charakterystykach drugiego stopnia Polskiej Ramy Kwalifikacji	Odniesienie do efektów uczenia się dla kierunku komunikacja wizerunkowa i realizowanych specjalności (branding oraz communication design)
<b>WIEDZA</b>		
P7S_WG	<ul style="list-style-type: none"> <li>Zna i rozumie w pogłębionym stopniu – wybrane fakty, obiekty i zjawiska oraz dotyczące ich metody i teorie wyjaśniające złożone zależności między nimi, stanowiące:               <ul style="list-style-type: none"> <li>• zaawansowaną wiedzę ogólną z zakresu dyscyplin naukowych lub artystycznych tworzących podstawy teoretyczne</li> <li>• uporządkowaną i podbudowaną teoretycznie wiedzę obejmującą kluczowe zagadnienia</li> <li>• wybrane zagadnienia z zakresu zaawansowanej wiedzy szczegółowej właściwe dla programu kształcenia</li> </ul> </li> <li>główne trendy rozwojowe dyscyplin naukowych lub artystycznych istotnych dla programu kształcenia</li> </ul>	K_W01 K_W02 K_W03 K_W04 K_W05  S1_W01 S1_W02 S1_W03 S1_W05  S2_W01 S2_W02 S2_W03 S2_W04 S2_W05

P7S_WK	<ul style="list-style-type: none"> <li>Zna i rozumie fundamentalne dylematy współczesnej cywilizacji; ekonomiczne, prawne i inne uwarunkowania różnych rodzajów działań związanych z nadaną kwalifikacją, w tym zasady ochrony własności przemysłowej i prawa autorskiego</li> </ul>	K_W06 K_W07 K_W08  S1_W04 S2_W03
<b>UMIEJĘTNOŚCI</b>		
P7S_UW	<ul style="list-style-type: none"> <li>Potrafi wykorzystywać posiadaną wiedzę – formułować i rozwiązywać złożone i nietypowe problemy i innowacyjnie wykonywać zadania w nieprzewidywalnych warunkach przez:               <ul style="list-style-type: none"> <li>właściwy dobór źródeł oraz informacji z nich pochodzących, dokonywanie oceny, krytycznej analizy, syntezy oraz twórczej interpretacji i prezentacji tych informacji</li> <li>dobór oraz stosowanie właściwych metod i narzędzi, w tym zaawansowanych technik informacyjno-komunikacyjnych (ICT)</li> </ul> </li> </ul>	K_U01 K_U02 K_U03 K_U05 K_U07 K_U11  S1_U01 S1_U02 S1_U03  S2_U01 S2_U02 S3_U04
P7S_UU	<ul style="list-style-type: none"> <li>Potrafi samodzielnie planować własne uczenie się przez całe życie i ukierunkowywać innych w tym zakresie</li> </ul>	K_U06 K_U09 K_U10  S1_U06 S2_U06
P7S_UK	<ul style="list-style-type: none"> <li>Potrafi komunikować się na tematy specjalistyczne ze zróżnicowanymi kręgami odbiorców; prowadzić debatę; posługiwać się językiem obcym na poziomie B2+ Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego oraz w wyższym stopniu w zakresie specjalistycznej terminologii</li> </ul>	K_U01 K_U02 K_U03 K_U04 K_U11

		K_U12 S1_U04 S2_U05
P7S_UO	<ul style="list-style-type: none"> <li>Potrafi kierować pracą zespołu</li> </ul>	K_U08 K_U10  S1_U05 S2_U03
<b>KOMPETENCJE SPOŁECZNE</b>		
P7S_KK	<ul style="list-style-type: none"> <li>Jest gotów do krytycznej oceny odbieranych treści; uznawania znaczenia wiedzy w rozwiązywaniu problemów poznawczych i praktycznych</li> </ul>	K_K01  S1_K02 S2_K01
P7S_KO	<ul style="list-style-type: none"> <li>Jest gotów do wypełniania zobowiązań społecznych, inspirowania i organizowania działalności na rzecz środowiska społecznego; inicjowania działania na rzecz interesu publicznego; myślenia i działania w sposób przedsiębiorczy</li> </ul>	K_K02 K_K03 K_K04 K_K05 K_K06  S1_K01 S2_K02
P6S_KR	<ul style="list-style-type: none"> <li>Jest gotów do odpowiedzialnego pełnienia ról zawodowych z uwzględnieniem zmieniających się potrzeb społecznych, w tym: <ul style="list-style-type: none"> <li>rozwijania dorobku zawodu</li> <li>podtrzymywania etosu zawodu</li> <li>przestrzegania i rozwijania zasad etyki zawodowej</li> <li>oraz działania na rzecz przestrzegania tych zasad</li> </ul> </li> </ul>	K_K03 K_K07  S1_K03 S2_K03

Objaśnienie symboli:

P6S\_WG/P7S\_WG – kod składnika opisu kwalifikacji dla poziomu 6 i 7 w charakterystykach drugiego stopnia Polskiej Ramy Kwalifikacji

K (przed podkreśleniem) - kierunkowe efekty uczenia się

K\_W – kierunkowe efekty uczenia się w zakresie wiedzy

K\_U – kierunkowe efekty uczenia się w zakresie umiejętności

K\_K – kierunkowe efekty uczenia się w zakresie kompetencji społecznych

01, 02, 03 i kolejne - kolejny numer kierunkowego efektu uczenia się