

OGÓLNY OPIS PROGRAMU STUDIÓW

Dane podstawowe	
Nazwa wydziału	Wydział Filologiczny
Nazwa kierunku studiów w języku polskim	Komunikacja wizerunkowa
Nazwa kierunku studiów w języku angielskim	Image Communication
Poziom studiów	Studia II stopnia
Profil kształcenia	Ogólnoakademicki
Forma studiów	Niestacjonarne
Liczba semestrów	4
Język, w którym prowadzone są studia	Język polski
Tytuł zawodowy nadawany absolwentom	Magister
Rok akademicki, od którego obowiązuje program studiów	2024/2025
Koncepcja kształcenia	
Cele kształcenia, wskazanie związku koncepcji kierunku studiów ze Strategią Rozwoju UWr	Koncepcja kształcenia na kierunku komunikacja wizerunkowa jest ściśle powiązana z misją i głównymi celami strategicznymi UWr, zatwierdzonymi Uchwałą Senatu nr 34/2020, opisującą strategię rozwoju UWr. Jej fundamentem jest poszukiwanie prawdy i wiedzy, przekazywanie tych wartości młodemu pokoleniu oraz ciągły rozwój i podnoszenie jakości kształcenia w oparciu o wysoki poziom badań naukowych oraz rozwój kadry naukowej i dydaktycznej. Fundamentalnym założeniem koncepcji kształcenia jest nowoczesne i skuteczne kształcenie w celu przygotowania absolwentów do wejścia na rynek pracy. Koncepcja kształcenia opiera się również na współpracy z otoczeniem społeczno-gospodarczym mającym realny wpływ na proces nauczania. Jego celem jest nie tylko merytoryczne przygotowanie do podjęcia pracy, ale także przygotowanie do funkcjonowania i aktywności w społeczeństwie poprzez wyznaczanie wysokich standardów, w tym także etycznych.
Sylwetka absolwenta	Absolwent kierunku komunikacja wizerunkowa, niezależnie od wyboru specjalności, posiada wiedzę oraz umiejętności pozwalające na podjęcie pracy w jednostkach naukowych

	<p>zajmujących się badaniem różnych aspektów komunikacji. Jest także przygotowany do pełnienia roli specjalisty w firmach, organizacjach i działach firm i organizacji zajmujących się kształtowaniem wizerunku i kreowaniem marki. Dwie specjalności oferowane w ramach kierunku, czyli Branding oraz Communication Design, sprofilowane są na dostarczaniu odmiennej wiedzy oraz na kształceniu i doskonaleniu odmiennych umiejętności. Pierwsza z nich przygotowuje przede wszystkim do realizowania roli badacza marek i ich wpływu na społeczną rzeczywistość. Jej absolwent zostaje wyposażony w kompetencje: (1) diagnostyczne, pozwalające na efektywne badanie wizerunku marek osób, firm, organizacji czy usług, a także różnorodnych procesów komunikacyjnych zachodzących między markami i społeczeństwem, (2) strategiczne, pozwalające na nadawanie kierunku zmianom w zakresie społecznego i rynkowego funkcjonowania marek, (3) kreatywne, pozwalające na realizację różnorodnych projektów (słownych, graficznych, wizerunkowych) w sposób oryginalny i efektywny. Absolwenci tej specjalności są przygotowani do realizacji studiów II stopnia, zwłaszcza związanych z nauką o komunikacji społecznej i mediach, a także m.in. w agencjach brandingowych, działach marketingu, komunikacji wewnętrznej i zewnętrznej wszelkich organizacji, a także w firmach specjalizujących się w realizacji badań marketingowych. Druga ze specjalności, Communication Design, posiada w programie przedmioty dostarczające wiedzę teoretyczną, badawczą i projektową, zawierającą metody i narzędzia służące obserwowaniu, badaniu i projektowaniu różnorodnych procesów komunikacyjnych. Absolwenci tej specjalności mogą znaleźć zatrudnienie zarówno w jednostkach badawczych specjalizujących się w badaniu komunikacji, ale także w firmach zajmujących się projektowaniem komunikacji wewnątrz instytucji i organizacji różnego typu, agencjach reklamowych, a także agencjach badawczych.</p>
<p>Wskazanie potrzeb społeczno-gospodarczych prowadzenia studiów.</p>	<p>Kierunek komunikacja wizerunkowa jest odpowiedzią na potrzeby współczesnych społeczeństw i gospodarek, w których rzetelna informacja staje się kluczowym kapitałem. Absolwenci kierunku przygotowani są do pełnienia roli badacza różnorodnych mechanizmów komunikacyjnych, a także są przygotowani do pełnienia roli specjalisty odpowiedzialnego za projektowanie komunikacji, zwłaszcza tworzenie komunikatów wizerunkowych. Absolwent zgodnie z zaplanowanymi efektami uczenia się w trakcie studiów pozyskuje specjalistyczną i pogłębioną wiedzę z zakresu nauk o komunikacji społecznej i mediach, umiejętności badawcze służące analizie zjawisk komunikacyjnych, w tym manipulacji i dezinformacji.</p>
<p>Dziedzina nauki, do której odnoszą się efekty uczenia się</p>	<p>Dziedzina nauk społecznych</p>
<p>Dyscyplina naukowa, do której odnoszą się efekty uczenia się</p>	<p>Nauki o komunikacji społecznej i mediach</p>

PROGRAM STUDIÓW

Nazwa wydziału	Wydział Filologiczny
Nazwa kierunku studiów	Komunikacja wizerunkowa
Poziom studiów	Studia II stopnia
Profil kształcenia	Ogólnoakademicki
Program obowiązuje od roku akademickiego	2024/2025

1. Przyporządkowanie kierunku studiów do dziedzin nauki i dyscyplin naukowych na podstawie efektów uczenia się.

Dziedzina nauki	Dyscyplina naukowa
Dziedzina nauk społecznych	Nauki o komunikacji społecznej i mediach

2. Tabela procentowego udziału liczby punktów ECTS dla poszczególnych dyscyplin w łącznej liczbie punktów ECTS wymaganej do ukończenia studiów.

Dziedzina nauki	Dyscyplina naukowa	Procentowy udział liczby punktów ECTS dla poszczególnych dyscyplin w łącznej liczbie punktów ECTS wymaganej do ukończenia studiów
Dziedzina nauk społecznych	Nauki o komunikacji społecznej i mediach	100%

3. Informacje ogólne o programie studiów.

Liczba semestrów	4
Liczba punktów ECTS wymagana do ukończenia studiów	120
Tytuł zawodowy nadawany absolwentom	magister
Forma studiów	studia niestacjonarne
Kod ISCED	0388
Liczba punktów ECTS w ramach zajęć do wyboru	81
Łączna liczba punktów ECTS, jaką student musi uzyskać w ramach zajęć prowadzonych z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich lub innych osób prowadzących zajęcia	120
Liczba punktów ECTS w ramach zajęć z dziedziny nauk humanistycznych	5
Liczba punktów ECTS w ramach zajęć z lektoratu języka obcego nowożytnego	4
Liczba punktów ECTS w ramach zajęć z lektoratu języka polskiego dla cudzoziemców na studiach w języku polskim	8
Łączna liczba godzin zajęć w programie studiów	569 (689 dla cudzoziemców)

Rok studiów: I**Semestr: pierwszy**

LP.	Nazwa przedmiotu	O/ W/O zW*	Forma zajęć					Sposób weryfikacji efektów w uczeniu a	Punkty ECTS	Dyscyplina do której odnosi się przedmiot	Jednostka organizacyjna realizująca zajęcia	
			Liczba godzin zajęć									
			W	Ć	S	K	L	Suma				
1.	Osobowość medialna marki	O		18				18	Z/O	4	Nauki o komunikacji społecznej i mediach	IDiKS
2.	Badanie komunikacji	O		18				18	Z/O	4	Nauki o komunikacji społecznej i mediach	IDiKS
3.	Ekonomia i rynek	O	15					15	E	3	Nauki o komunikacji społecznej i mediach	IDiKS
4.	Sektory kreatywne a prawo	O	15					15	E	3	Nauki o komunikacji społecznej i mediach	IDiKS
5.	Teoria i praktyka projektowania komunikacji	O		18				18	Z/O	4	Nauki o komunikacji społecznej i mediach	IDiKS
6.	Projektowanie graficzne dla branży kreatywnej	O		18				18	Z/O	4	Nauki o komunikacji	IDiKS

											społecznej i mediach	
7.	Diagnostyka trendów w komunikacji	O		18				18	Z/O	4	Nauki o komunikacji społecznej i mediach	IDiKS
8.	Język obcy	OzW					20	20	Z	0	Nauki o komunikacji społecznej i mediach	SPNJO
9.	Lektorat języka polskiego dla cudzoziemców*	O					30	30	Z/O	0		SJPiKdlaC
10.	BHP (e-learning)	O		4				4	Z	0		Dział BHP oraz Ochrony Ppoż.
	RAZEM:		30	94			20 (50)	144 (174)		26		

* Studenci cudzoziemcy mają obowiązek zrealizowania kursu języka polskiego w wymiarze 120 h podczas wszystkich czterech semestrów 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.

Semestr: drugi

LP.	Nazwa przedmiotu	O/W /Oz W*	Forma zajęć					Sposób weryfikacji efektów w uczeniu	Punkty ECTS	Dyscyplina do której odnosi się przedmiot	Jednostka organizacyjna realizująca zajęcia	
			Liczba godzin zajęć									
			W	Ć	S	K	L	Suma				
1.	Komunikacja interkulturowa	O		18				18	Z/O	4	Nauki o komunikacji społecznej i mediach	IDiKS
2.	Filozofia współczesna	O	18					18	Z/O	5	Filozofia	IDiKS
3.	Seminarium magisterskie	OzW			18			18	Z/O	7	Nauki o komunikacji społecznej i mediach	IDiKS
4.	Język obcy	OzW					20	20	E	4	Nauki o komunikacji społecznej i mediach	SPNJO
5.	Lektorat języka polskiego dla cudzoziemców*	O					30	30	Z/O	0		SJPiKdlaC
Specjalność Branding												
6.	Badanie otoczenia marki	OzW		18				18	Z/O	2	Nauki o komunikacji społecznej i mediach	IDiKS
7.	Strategia i zarządzanie marką	OzW		18				18	Z/O	2	Nauki o komunikacji	IDiKS

											społecznej i mediach	
8.	Badanie publiczności marki	OzW		18				18	Z/O	3	Nauki o komunikacji społecznej i mediach	IDiKS
9.	Komunikacja reklamowa	OzW	18					18	E	3	Nauki o komunikacji społecznej i mediach	IDiKS
10.	Antropologia komunikacji	OzW		18				18	Z/O	2	Nauki o komunikacji społecznej i mediach	IDiKS
11.	Brand equity – wartość marki	OzW		15				15	Z/O	2	Nauki o komunikacji społecznej i mediach	IDiKS
Specjalność Communication Design												
5.	Design thinking	OzW		18				18	Z/O	2	Nauki o komunikacji społecznej i mediach	IDiKS
6.	Information research	OzW		18				18	Z/O	2	Nauki o komunikacji społecznej i mediach	IDiKS
7.	Projektowanie graficzne – techniki zaawansowane	OzW		18				18	Z/O	3	Nauki o komunikacji społecznej i mediach	IDiKS
8.	Transformation design w komunikacji	OzW		18				18	Z/O	2	Nauki o komunikacji społecznej i mediach	IDiKS

9.	Planowanie strategiczne komunikacji	OzW		18				18	Z	2	Nauki o komunikacji społecznej i mediach	IDiKS
10.	Paradygmaty komunikowania	OzW	15						E	3	Nauki o komunikacji społecznej i mediach	IDiKS
	RAZEM:		33 lub 36	105 lub 108	18		20 (50)	179 (209)		34		

Rok studiów: II

Semestr: trzeci

LP.	Nazwa przedmiotu/moduły zajęć	O/ W/O zW	Forma zajęć Liczba godzin zajęć						Sposób weryfikacji	Punkty ECTS	Dyscyplina(y) do której odnosi się przedmiot	
			W	Ć	S	K	L	Suma				
1.	Semiotyka mediów społecznościowych	O		18				18	Z/O	4	Nauki o komunikacji społecznej i mediach	IDiKS**
2.	Projekt specjalnościowy	O		15				15	Z/O	2	Nauki o komunikacji	IDiKS

											społecznej i mediach	
3.	Seminarium magisterskie	OzW		18				18	Z/O	7	Nauki o komunikacji społecznej i mediach	IDIKS
4.	Lektorat języka polskiego dla cudzoziemców*	O					30	30	Z/O	0		SJPIKdlaC
Specjalność Branding												
5.	Konteksty komunikacyjne marki	OzW		18				18	Z/O	4	Nauki o komunikacji społecznej i mediach	IDIKS
6.	Koncept kreatywny marki	OzW		18				18	Z/O	4	Nauki o komunikacji społecznej i mediach	IDIKS
7.	Estetyka w komunikacji marki	OzW		18				18	Z/O	4	Nauki o komunikacji społecznej i mediach	IDIKS
8.	Społeczność marki	OzW		18				18	Z/O	2	Nauki o komunikacji społecznej i mediach	IDIKS
9.	Przedmiot opcyjny I*	OzW		18				18	Z/O	3	Nauki o komunikacji społecznej i mediach	IDIKS
	Branding kulturowy											
	Kształtowanie przestrzeni marki											
	Branding miejsc											
	Projektowanie innowacji											
Specjalność Communication Design												

4.	Projektowanie komunikacji w produktach cyfrowych	OzW		18				18	Z/O	4	Nauki o komunikacji społecznej i mediach	IDiKS
5.	Information design	OzW		18				18	Z/O	4	Nauki o komunikacji społecznej i mediach	IDiKS
6.	Komunikacja popkulturowa	OzW		18				18	Z/O	4	Nauki o komunikacji społecznej i mediach	IDiKS
7.	UX writing	OzW		18				18	Z/O	2	Nauki o komunikacji społecznej i mediach	IDiKS
8.	Przedmiot opcyjny I*	OzW		18				18	Z/O	3	Nauki o komunikacji społecznej i mediach	IDiKS
	Kampanie reklamowe											
	Interaktywna wizualna analiza danych											
	Personal branding											
	RAZEM			123	18		30	141 (171)		30		

* Student ma obowiązek zaliczyć jeden przedmiot do wyboru z oferty Instytutu.

Semestr: czwarty

LP.	Nazwa przedmiotu/moduły zajęć	O/ W/O zW	Forma zajęć Liczba godzin zajęć						Sposób weryfikacji	Punkty ECTS	Dyscyplina(y) do której odnosi się przedmiot		
			W	Ć	S	K	L	Suma					
1.	Projekt specjalnościowy	O		15					15	Z/O	3	Nauki o komunikacji społecznej i mediach	IDiKS
2.	Seminarium magisterskie	OzW			18				18	Z/O	12	Nauki o komunikacji społecznej i mediach	IDiKS
3.	Lektorat języka polskiego dla cudzoziemców	O					30	30	E	E	8		SJPiKdlaC
Specjalność Branding													
4.	Doświadczenia użytkowników mediów	OzW		18					18	Z/O	4	Nauki o komunikacji społecznej i mediach	IDiKS
5.	Storytelling	OzW		18					18	Z/O	4	Nauki o komunikacji społecznej i mediach	IDiKS
6.	Doradztwo w branding	OzW		18					18	Z/O	4	Nauki o komunikacji społecznej i mediach	IDiKS
7.	Przedmiot opcyjny II*	OzW		18					18	Z/O	3	Nauki o komunikacji	IDiKS

											społecznej i mediach	
	Repozycjonowanie marki											
	Digital touchpoints											
	Brand purpose											
	Architektura marki											
Specjalność Communication Desgin												
3.	Fotografia wizerunkowa	OzW		18				18	Z/O	4	Nauki o komunikacji społecznej i mediach	IDiKS
4.	Storytelling	OzW		18				18	Z/O	4	Nauki o komunikacji społecznej i mediach	IDiKS
5.	Content design – teoria i praktyka	OzW		18				18	Z/O	4	Nauki o komunikacji społecznej i mediach	IDiKS
6.	Przedmiot opcyjny II*	OzW		18				18	Z/O	3	Nauki o komunikacji społecznej i mediach	IDiKS
	Proksemika i systemy orientacyjne w projektowaniu											
	Uważność w komunikacji											
	RAZEM:			87	18		30	105 (135)		30 (38)		

* Student ma obowiązek zaliczyć jeden przedmiot do wyboru z oferty Instytutu.

* Przedmiot:

obowiązkowy – O

do wyboru – W

obowiązkowy z wyborem – OzW

Przedmioty ogólnouczelniane – BHP, lektorat języka obcego, lektorat języka polskiego

OBJAŚNIENIA

Formy realizacji zajęć:

W - wykład

Ć - ćwiczenia

S - seminarium

K - konwersatorium

L - lektorat

Sposoby weryfikacji efektów uczenia się:

E - egzamin

Z - zaliczenie

Z/O – zaliczenie z oceną

**IDiKS – Instytut Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej

SPNJO – Studium Praktycznej Nauki Języków Obcych

SJPIKdlaC – Szkoła Języka Polskiego i Kultury dla Cudzoziemców