



**UNIwersYTET
WSB MERITO
GDAŃSK**

Uniwersytet WSB Merito w Gdańsku
Wydział Informatyki i Nowych Technologii

Program studiów
Dla kierunku
„Multimedia i grafika komputerowa”
Studia Pierwszego Stopnia

Studia: stacjonarne/ niestacjonarne

Profil: praktyczny

I. OGÓLNA CHARAKTERYSTYKA KIERUNKU STUDIÓW

nazwa kierunku studiów	Multimedia 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 semestrów	
Łączna liczba punktów ECTS dla danej formy studiów.	180	
Łączna liczba godzin określona w programie studiów	Studia stacjonarne 2630 h	Studia niestacjonarne 2110 h
Tytuł zawodowy nadawany absolwentom	licencjat	
Wymiar praktyk zawodowych	960 h	
Język prowadzenia studiów	polski	
Rok rozpoczęcia cyklu kształcenia	2024/2025	

II. EFEKTY UCZENIA SIĘ

Symbol efektu	Opis efektów uczenia się	Kod uniwersalnej charakterystyki
Wiedza absolwent zna i rozumie		
MG_W01	w zaawansowanym stopniu tradycyjne i cyfrowe techniki graficzne stosowane w procesie kreacji wizualnej	P6S_WG
MG_W02	w zaawansowanym stopniu zależności pomiędzy komunikacją społeczną a marketingiem i mediami	P6S_WG
MG_W03	w zaawansowanym stopniu kulturowe znaczenie przekazu medialnego	P6S_WG
MG_W04	w zaawansowanym stopniu techniczne i społeczne aspekty przygotowania multimedialnego materiału cyfrowego	P6S_WG
MG_W05	w zaawansowanym stopniu zasady budowania i zarządzania wizerunkiem	P6S_WG
MG_W06	w zaawansowanym stopniu rolę człowieka i komunikacji międzyludzkiej w społeczeństwie	P6S_WG

MG_W07	ogólne zasady tworzenia i rozwoju różnych form indywidualnej przedsiębiorczości	P6S_WK
MG_W08	podstawowe prawne i etyczne zasady ochrony praw własności intelektualnej	P6S_WK
Umiejętności absolwent potrafi		
MG_U01	użyć fotografii cyfrowej jako medium przekazu wizualnego, w tym do tworzenia komunikatu społecznie istotnego	P6S_UW
MG_U02	używać narzędzi informatycznych do pozyskiwania i przetwarzania wiedzy	P6S_UW
MG_U03	zaprojektować komunikat wizualny, dobierając właściwe środki wyrazu do założonego rezultatu	P6S_UW
MG_U04	używać profesjonalnego oprogramowania graficznego do stworzenia przekazu wizualnego	P6S_UW
MG_U05	wykreować komunikat wizualny za pomocą tradycyjnych technik plastycznych	P6S_UW
MG_U06	przygotować materiał multimedialny do reprodukcji poligraficznej lub cyfrowej	P6S_UW
MG_U07	opracować i przeprowadzić prezentację z wykorzystaniem pomocy audio-wizualnych	P6S_UW P6S_UK
MG_U08	zaprojektować komunikację z użyciem technik internetowych (w tym: stron WWW i mediów społecznościowych)	P6S_UW P6S_UK
MG_U09	zaprojektować elementy wizualne z obszaru rozrywki elektronicznej (np. gry wideo, aplikacje mobilne)	P6S_UW
MG_U10	świadomie rozwijać się w zakresie technik budowy przekazu wizualnego	P6S_UW
MG_U11	opracować wypowiedź pisemną stanowiącą rozwinięcie i analizę komunikatu multimedialnego	P6S_UW P6S_UK
MG_U12	przygotować i przeprowadzić wypowiedź w języku obcym na tematy związane z obszarem studiów	P6S_UW P6S_UK
MG_U13	dokształcać się we własnym zakresie korzystając z polskich i zagranicznych źródeł oraz nowoczesnych technologii informacyjno-komunikacyjnych (ICT)	P6S_UU
MG_U14	myśleć strategicznie w procesie formułowania i realizowania zadania projektowego - dobierać współpracowników, podwykonawców, realizatorów, producentów, itp.	P6S_UO
MG_U15	stosować metody, narzędzia i techniki psychologii i socjotechniki w komunikacji społecznej i mediach	P6S_UW
MG_U16	projektować i zarządzać projektami związanymi z kreowaniem marki, tworzeniem strategii marketingowych i kampanii medialnych	P6S_UW P6S_UK P6S_UO
MG_U17	formułować indywidualne problemy oraz zagadnienia będące pretekstem w działaniach artystyczno-projektowych i odzwierciedleniem stosunku studenta do wybranych zjawisk społecznych, kulturowych, artystycznych	P6S_UW P6S_UK
MG_U18	formułować problemy badawcze, przeprowadzać analizę literatury wraz z przeszukiwaniem zasobów bibliograficznych (dostępnych w	P6S_UK P6S_UW

	języku ojczystym jak i obcym); samodzielnie przygotować tekst/pracę naukową, omówić założenia ideowe tej pracy oraz poddać dyskusji/krytyce wyniki przeprowadzonych badań	
MG_U19	posługiwać się co najmniej jednym językiem obcym (w tym jednym minimum na poziomie B2 Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego)	P6S_UK
Kompetencje społeczne absolwent jest gotów do		
MG_K01	prowadzenia działalności zawodowej ze świadomością zróżnicowanych aspektów społeczno-kulturowych skutków tej działalności w tym: jej wpływu na społeczeństwo	P6S_KK P6S_KR
MG_K02	prawidłowego identyfikowania i rozstrzygnięcia dylematów związanych z wykonywaniem zawodu, w tym do świadomego przestrzegania zasad etyki zawodowej i poszanowania różnorodności poglądów i kultur	P6S_KR
MG_K03	podejmowania pracy zawodowej w charakterze specjalisty od tworzenia komunikacji wizualnej czy specjalisty lub członka zespołu w zakresie nowych mediów - zwłaszcza przekazu internetowego i mediów społecznościowych	P6S_KK P6S_KR
MG_K04	podejmowania decyzji odnośnie formy funkcjonowania na rynku pracy (przedsiębiorca, pracownik, freelancer) na bazie analizy kompetencji osobistych i możliwości ekonomicznych	P6S_KO
MG_K05	realizacji pasji zawodowych z zachowaniem równowagi życiowo-zawodowej, z uwzględnieniem zdrowego stylu życia i zachowań prozdrowotnych; krzewienia postaw prozdrowotnych w środowisku zawodowym, ale także do utrzymywania samego siebie w dobrej kondycji fizycznej	P6S_KO P6S_KR

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

Budowa portfolio		x	x	x		x	x				x	x	x			x																		x					
Etyka w komunikacji medialnej								x											x													x							
Podstawy prawa dla grafików								x								x												x	x										
Projekt wdrożeniowy		x		x			x	x		x	x		x	x							x	x	x	x	x						x								
Podstawy projektowania graficznego	x											x																						x					
Infografika	x										x									x				x						x		x							
Projektowanie identyfikacji wizualnej													x								x											x							
Wizualne aspekty reklamy komercyjnej																																x		x					
Reklama społeczna																																		x					
Propaganda jako narzędzie wpływu																																		x					
Warsztaty wideo	x																																	x					
Podstawy fotografii produktowej	x											x																							x				
Społeczny wymiar fotografii																																				x			
Fotografia reklamowa	x																																			x			
Fotografia specjalna i prasowa	x																																				x		
Wybrane zagadnienia mediów i sztuki współczesnej																																					x		
Zaawansowane projektowanie stron internetowych	x																																				x	x	
Modelowanie etyki postaci w grze	x	x																																			x	x	
Języki skryptowe w tworzeniu stron WWW	x																																				x	x	
Gry komputerowe i cyberkultura																																					x	x	
Projektowanie Visual novels																																					x		
Animacja klasyczna i cyfrowa																																					x	x	
Formy 3D	x																																				x		
Rzeźba cyfrowa	x																																					x	
Modelowanie postaci 3D																																					x	x	
Animacja 3D																																					x		
Społeczna rola filmu animowanego																																						x	
Społeczne aspekty projektowania przestrzeni																																						x	x

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

ZAJĘCIA LUB GRUPY ZAJĘĆ	TREŚCI PROGRAMOWE	ODNIESIENIE DO KIERUNKOWYCH EFEKTÓW UCZENIA SIĘ
Wprowadzenie do komunikacji społecznej	Wiedza z zakresu procesu komunikacji społecznej, rodzajów, modeli komunikacji, środków komunikacji; Kulturowe różnice komunikacyjne; Komunikacja interpersonalna - wybrane zagadnienia Charakterystyka procesu komunikowania Komunikacja werbalna - Komunikacja niewerbalna Wybrane zasady autoprezentacji Komunikacja masowa: - pojęcie i zakres komunikowania masowego - proces rozwoju mediów masowych - widownia - oddziaływanie mediów Komunikowanie międzynarodowe i międzykulturowe Projekt własnego komunikatu społecznego.	MG_W03 MG_W06 MG_U02 MG_U03 MG_U011 MG_K01 MG_K02 MG_K03
Wprowadzenie do marketingu wizualnego	Podstawowe zagadnienia marketingu: Zadowolenie klienta jako cel działalności marketingowej; Analiza otoczenia marketingowego; Strategia promocji; Budowanie komunikatu marketingowego; Cena jako element marketingu; Produkt jako element marketingu; Rola wizerunku w marketingu; Wykonanie projektu: analiza potrzeb marketingowych w odniesieniu do przedsiębiorstwa lub produktu, opracowanie projektu kampanii marketingowej.	MG_W02 MG_W03 MG_W05 MG_U03 MG_U010 MG_K03
Społeczny i techniczny wymiar cyberprzestrzeni	Nauka wywierania wpływu poprzez obraz w sztuce i mediach. Propaganda. Zarządzanie emocjami społecznymi. Analiza reklamy Społeczny dowód słuszności. Zjawisko Fake news.	MG_W02 MG_W03 MG_U07 MG_U011 MG_K02 MG_K05
Podstawy fotografii	Poznanie istoty i historia fotografii, rodzaje aparatów fotograficznych; Akcesoria fotograficzne, Parametry techniczne: ISO, przysłona, czas naświetlania, ekspozycja, tryby pracy, histogram; Rola światła i sceny w fotografii.	MG_W01 MG_W04 MG_U010
Kultura masowa i audiowizualna	Od kultury masowej do kultury popularnej; Kultura komunikacji wizualnej; Historia telewizji. Cechy telewizji; Film w popkulturze; Kultura popularna a tożsamość narodowa i etniczna;	MG_W03 MG_W06 MG_W08 MG_U02 MG_U07 MG_U13

	Gra wideo jako element kultury masowej; Etyka a gry wideo.	MG_K03
Kulturowe konteksty sztuki i mediów	Definicja sztuki. Krótki kurs historii sztuki. Rola sztuki w życiu jednostki i społeczeństwa; Media; Sztuka wyższa i sztuka popularna w mediach; Przekaz religijny; Duchowy kontekst komunikacji – od starożytności po współczesność; Oświecenie jako nowy projekt społeczny; Sztuka i media XXI wieku; Etyka sztuki a etyka mediów.	MG_W03 MG_W06 MG_U02 MG_U07 MG_U13 MG_K03
Podstawy Grafiki cyfrowej	Historia i znaczenie grafiki w obszarze sztuk. Od projektu cyfrowego po zagadnienia wydruku/poligrafia cyfrowa; Terminologia związana z drukiem tradycyjnym i cyfrowym. Zagadnienia poligraficzne.	MG_W01 MG_U01 MG_U02 MG_U04 MG_U05 MG_U17 MG_K01
Warsztaty komunikacji i prezentacji	Nabywanie podstawowych kompetencji interpersonalnych; Komunikacji werbalnej. Projektowanie pomocy wizualnych do prezentacji; Etyka i etykieta komunikacji; Autoprezentacja; Prezentacje – zaliczenie projektu.	MG_W01 MG_W03 MG_W05 MG_W06 MG_U03 MG_U04 MG_U07 MG_U10 MG_U15 MG_U17 MG_K01
Podstawy rysunku tradycyjnego	Obraz jako narzędzie komunikacji. Od rysunku pierwotnego po rysunek współczesny; Fotografia a rysunek. Przestrzeń; Zagadnienie przestrzeni obrazu i przestrzeni realnej; Kształt. Kompozycja. Aktor; Martwa natura i ćwiczenia z modelem;	MG_W01 MG_W03 MG_W05 MG_U05

	Dominanta w kompozycji.	
Zarządzanie projektem wdrożeniowym	Zapoznanie słuchaczy z podstawowymi zasadami przygotowania i nadzorowania projektów realizowanych w warunkach rzeczywistych. Istota projektu wdrożeniowego Etapy przygotowania i wdrożenia projektu Metody zarządzania projektami Metody ewaluacji	MG_W02 MG_U07 MG_U11 MG_U14 MG_U15 MG_U16 MG_K05
Wprowadzenie do studiów	Zaznajomienie studentów z celami i efektami kształcenia na kierunku MiGK; objaśnienie, regulaminu studenta WSB w Gdańsku; zaznajomienie studenta z infrastrukturą uczelni.	MG_W06 MG_U13 MG_K05
Podstawy zarządzania	Organizacje – pojęcie, modele, cechy, typologia, cele, oraz mierniki efektywności organizacji. Zarządzanie – pojęcie, postacie sprawnego działania, etapy procesu zarządzania, zasady zarządzania, zarządzanie zmianą (proces, przyczyny i pokonywanie oporów) Menedżer – pojęcie, klasyfikacja, cechy, role i kompetencje menedżerów, władza, style kierowania, przywództwo (istota, cechy, typy, przywództwo przyszłości) Planowanie w organizacji – pojęcie i istota planowania, etapy procesu planowania, rodzaje i hierarchia planów, zasady planowania, bariery skuteczności planów Wpływ otoczenia na funkcjonowanie organizacji Podejmowanie decyzji - istota, identyfikacja szans i zagrożeń, podejmowanie decyzji w warunkach niepewności (pojęcie ryzyka), rodzaje decyzji, model podejmowania decyzji, teoria gier Organizowanie - pojęcie, elementy składowe, struktury organizacyjne (rodzaje i charakterystyka), procedury organizacyjne, formalizacja zachowań i procesów pracy Motywowanie - założenia dotyczące motywacji i motywowania, teorie i poglądy na motywację, narzędzia i zasady motywowania, systemy motywacyjne Kultura organizacyjna - pojęcie, elementy, poziomy (E. Schein, J. Kotter i J. Heskett), klasyfikacja (elastyczne i sztywne kultury), związek kultury organizacyjnej ze strategią i efektywnością	MG_W07 MG_U14 MG_K01 MG_K04
Typografia	Zarys historii pisma. Funkcja litery. Rodzaje znaków literniczych. Historia pisma łacińskiego. Kapitała rzymska. Projekt do realizacji: cyfrowa kompozycja typograficzna.	MG_W01 MG_U03 MG_U04 MG_U05 MG_U06 MG_K02
Retoryka wizualna	Pojęcie retoryki wczoraj i dziś. Znak – kod – komunikacja – medium. Retoryka obrazu: kompozycja, nastrój, oddziaływanie plamą, punktem i płaszczyzną. Budowanie argumentacji, problem wiarygodności – specyfika mediów elektronicznych.	MG_W01 MG_W03 MG_W05 MG_W06

		MG_U03 MG_U04 MG_U07 MG_U10 MG_U15 MG_U17 MG_K01
Metody pisania prac projektowych	Zaznajomienie z zasadami realizowania prac projektowych i pisemnych oraz prawidłowego tworzenia dokumentacji. Etapy pracy projektowej Rozpoznanie literaturowe Tworzenie narzędzia badawczego Tworzenie dokumentacji	MG_U17 MG_U18 MG_K01 MG_K03
Grafika warsztatowa	Druk wypukły, linoryt, wykonanie projektu. Techniki druku wypukłego i ich charakterystyka - omówienie i ćwiczenie projektowe Projekt 1: interpretacja powiedzenia Projekt 2: ekslibris	MG_W01 MG_W03 MG_U03 MG_U05 MG_U10 MG_K01
Projektowanie stron internetowych	Rodzaje stron www (blogi, galerie, sklepy internetowe, fora); Hosting. Usługa domenowa; Projektowanie graficzne strony internetowej; Projekt samodzielny. Ocena jakości stron – UX.	MG_W01 MG_W03 MG_W04 MG_U01 MG_U08 MG_U10 MG_K03
Rysunek tradycyjny	Wprowadzenie do zagadnień związanych z kompozycją obrazu. Obrazy cyfrowy a obraz tradycyjny – analiza porównawcza; Praktyka rysunku studyjnego/martwa natura.	MG_W01 MG_W03 MG_W05 MG_U05 MG_U10 MG_U13 MG_K02
Fotografia cyfrowa	Rodzaje obrazów cyfrowych w fotografii, zaawansowane techniki fotograficzne. Aranżacja planu zdjęciowego w warunkach praktycznych. Realizacja projektu związanego z przekazem wizualnym z zastosowaniem fotografii i grafiki. Archiwizowanie obrazów, formaty zapisu obrazu, pojęcie kompresji informacji cyfrowej, metadane cyfrowego obrazu, jednostki pojemności informacji, obliczanie wielkości pliku cyfrowego. Analiza projektu pod względem tematycznym i kompozycyjnym oraz jej aspektem społecznym	MG_W01 MG_U01 MG_U04 MG_U17 MG_K01

Kulturowe konteksty sztuki i mediów	Definicja sztuki. Krótki kurs historii sztuki. Rola sztuki w życiu jednostki i społeczeństwa. Media – pojęcie, historia, ewolucja. Media tradycyjne i media cyfrowe.	MG_W03 MG_W06 MG_U02 MG_U07 MG_U13 MG_K01 MG_K02
Socjotechnika w mediach	Socjotechnika i psychomanipulacje istota i geneza. Wywieranie wpływu poprzez obraz w sztuce i mediach. Propaganda; Zarządzanie emocjami społecznymi. Religia i polityka. Emocje i techniki manipulacji. Szantaż, kłamstwo, kreowanie wizerunku.	MG_W02 MG_W03 MG_W05 MG_W06 MG_U02 MG_U11 MG_U13 MG_U15 MG_U16 MG_U18 MG_K02
Fotografia jako komunikacja wartości	Fotografia historia i znaczenie. Reportaż i dokumentacja fotograficzna. Style narracyjne w fotografii.	MG_W01 MG_U01 MG_U03 MG_U04 MG_K01 MG_K03
Aplikacje i komunikacja w internecie	Przekazanie studentom praktycznej wiedzy niezbędnej do stworzenia i utrzymania serwisu internetowego – rozumianego jako forma komunikacji medialnej.	MG_W04 MG_W06 MG_U08 MG_U09 MG_U13 MG_K03 MG_K04 MG_K05
Język obcy	Informacje osobiste (o sobie, miejscu pracy, zamieszkania, pasjach, twórczości), życie w mieście, analiza i dyskusja artykułów prasowych i informacji medialnych, tematy życia codziennego, dyskusja zagadnień z zakresu działalności zawodowej.	MG_U12 MG_U19
Narzędzia Grafiki Cyfrowej	Podstawowe narzędzia pakietu Adobe Ai, Adobe Ps, Stworzenie samodzielnie projektu wielowarstwowego łączącego zagadnienia związane z formatowaniem txtu oraz stylizacją obrazu cyfrowego.	MG_W01 MG_U03 MG_U04

		MG_U06 MG_U10 MG_K03
Podstawy sztuki komiksu	Wprowadzenie - komiks jako forma sztuki. Komiks jako opowieść. Komiks jako technika ilustracyjna. Rola komiksu w mediach – od Puncta po czasy współczesne. Historia komiksu. Warsztaty praktyczne komiksu z użyciem technik rysunkowych i cyfrowych.	MG_W01 MG_W03 MG_W06 MG_W08 MG_U01 MG_U03 MG_U04 MG_U05 MG_U06 MG_U10 MG_U13 MG_K02 MG_K03
Komiks jako medium społeczne	Historia komiksu. Komiks europejski a komiks amerykański i komiks azjatycki. Kulturowe miejsce powieści graficznej. Komiks erotyczny. Komiks a reklama.	MG_W01 MG_W03 MG_W08 MG_U03 MG_U06 MG_U15 MG_U17 MG_K02 MG_K03
Zaawansowane techniki grafiki warsztatowej	Techniki druku wklęsłego i ich charakterystyka: suchoryt i akwaforta;	MG_W01 MG_W03 MG_U03 MG_U05 MG_U10 MG_K01 MG_K02
Praktyka zawodowa	Organizacja przepisów BHP. Zapoznanie studenta ze strukturą organizacji, profilem działalności i zasadami w nim obowiązującymi; organizacją projektami z zakresu multimedialnych i grafiki. Zapoznanie studenta z aktualnie prowadzonymi w organizacji projektami z zakresu multimedialnych i grafiki. Zapoznanie studenta z technologiami oraz materiałami stosowanymi w realizacjach projektów z zakresu grafiki artystycznej i użytkowej w organizacji, w tym procesy poligraficzne i cyfrowe. Praktyczna realizacja zadań powierzonych studentowi z wykorzystaniem programów pakietu Adobe i/lub innych programów do obróbki graficznej z uwzględnieniem wykorzystania wiedzy zdobytej podczas nauki przedmiotów	MG_W02 MG_W03 MG_W05 MG_W08 MG_U03 MG_U04 MG_U06

	kierunkowych, w tym m.in: Fotografia i jej obróbka cyfrowa, retusz; Marketing wizualny i komunikacja społeczna, projektowanie strategii marketingowych i medialnych, marketing w mediach i mediach społecznościowych; Szeroko pojęte zagadnienia z zakresu grafiki komputerowej i technik multimedialnych; Projektowanie serwisów internetowych i stron WWW; Projektowanie grafiki reklamowej, w tym plakatów, ulotek, ogłoszeń zarówno do druku jak i do ekspozycji cyfrowej; Skład i montaż komputerowy.	MG_U08 MG_U15 MG_U17 MG_U18 MG_K02 MG_K05
Wychowanie fizyczne	Omówienie zasad bezpiecznego korzystania z obiektów, przyrządów i środowisk związanych z uprawianiem różnych dyscyplin sportu. Zapoznanie z regulaminem hali sportowej. Organizacja, higiena i porządek pracy. Omówienie zasad i kryteriów zaliczenia przedmiotu. Ćwiczenia kształtujące prawidłową postawę ciała z wykorzystaniem przyrządów i przyborów. Podstawowe ćwiczenia na poszczególne grupy mięśniowe. Trening kształtujący mięśnie brzucha; Trening kształtujący mięśnie klatki piersiowej; Trening kształtujący mięśnie nóg; Trening kształtujący mięśnie ramion; Trening kształtujący mięśnie obręczy barkowej; Trening kształtujący mięśnie grzbietu; Trening kształtujący mięśnie łydek Gry zespołowe: zasady i przepisy gier zespołowych, technika i taktyka gier zespołowych Elementy samoobrony: obrona przed ciosami i kopnięciami; obrona przed obchwytem; obrona przed zagrożeniem nożem; obrona przed zagrożeniem bronią palną Pedagogiczne wartości sportu Znaczenie aktywności fizycznej w życiu człowieka	MG_K05
Komunikacja w czasach społeczeństwa wizualnego	Kulturowe różnice komunikacyjne. Komunikacja społeczna z użyciem Internetu i serwisów społecznościowych. Komunikacja zaangażowana społecznie a komunikacja marketingowa.	MG_W03 MG_W04 MG_W05 MG_W06 MG_U10 MG_U13 MG_K04
Tworzenie marki	Geneza, funkcje, pojęcie marki/ znaku towarowego. Znaczenie marki w decyzjach uczestników gry rynkowej. Wprowadzenie marki na rynek Finansowe aspekty zarządzania marką Analiza business cases z zakresu zarządzania marką	MG_W02 MG_W05 MG_U01 MG_U04 MG_U05 MG_K03
Projektowanie strategii marketingowych i medialnych	Istota i elementy strategii marketingowej. Strategia marketingowa jako część strategii firmy. Formułowanie strategii marketingowej. Elementy strategii marketingowej. Prowadzenie kampanii w mediach społecznościowych	MG_W02 MG_W03 MG_W05 MG_W06 MG_U03 MG_U06 MG_U08

		MG_U10 MG_U14 MG_U15 MG_U16 MG_K03
Symbol wizualny i jego rola w kulturze	Definicja symbolu. Krótki kurs historii sztuki. Rola symbolu w życiu jednostki i społeczeństwa.	MG_W01 MG_W04 MG_U07 MG_U11 MG_U17 MG_K02
Zaawansowane narzędzia grafiki cyfrowej	Różnice między grafiką rastrową a wektorową; Typografia w Illustratorze; Zaawansowane techniki rysowania; Projektowanie logotypów; Tworzenie efektów specjalnych.	MG_W03 MG_W04 MG_W05 MG_U02 MG_U04 MG_U06 MG_U15 MG_U17
Zarządzanie projektem medialnym	Cechy charakterystyczne projektów medialnych Standardy zarządzania (zarządzanie integracją, zakresem, czasem, kosztami, jakością, zasobami ludzkimi, komunikacją, ryzykiem, zamówieniami, zaangażowaniem interesariuszy) Opracowanie wybranych założeń projektu medialnego zgodnie ze wybranymi standardami np. PMI/PMBOK	MG_W02 MG_W03 MG_W05 MG_W06 MG_U03 MG_U04 MG_U06 MG_U08 MG_U10 MG_U14 MG_U15 MG_U16 MG_K03
Projekt wdrożeniowy	Istota projektu wdrożeniowego, podstawowe zasady pisania projektu, kryteria oceny projektu; Wybór przedsiębiorstwa/obszaru badań do projektu wdrożeniowego. Cel projektu, metody pomiaru zmiennych i źródła informacji. Opracowanie i analiza zebranego materiału badawczego. Identyfikacja możliwości i zagrożeń związanych z wdrożeniem projektu. Określenie i ocena możliwych realizacji projektu. Formułowanie wniosków z projektu.	MG_W02 MG_W04 MG_W07 MG_W08 MG_U02 MG_U03 MG_U05

		MG_U06 MG_U14 MG_U15 MG_U16 MG_U17 MG_U18 MG_K04
Grafika reklamowa	Podstawy multimediów. Grafika wektorowa i rastrowa. Podstawy tworzenia sygnału graficzne i elementów identyfikacji wizualnej	MG_W04 MG_W08 MG_U03 MG_U04 MG_U05 MG_K02
Podstawy prawa dla grafików	Obowiązująca podstawa prawna prowadzenia działalności gospodarczej. Geneza obowiązujących praw autorskich. Prawa autorskie. Prawo własności intelektualnej.	MG_U09 MG_K04
Przygotowanie studenta do rynku pracy	Pojęcie i znaczenie planowania kariery zawodowej; Rozwój kariery i konsekwencje w życiu osobistym i zawodowym; Zmiany na rynku pracy; Mobilność międzynarodowa, geograficzna i zawodowa	MG_W06 MG_U13 MG_U14 MG_U15 MG_U16 MG_U17
Podstawy przedsiębiorczości w mediach	Zarządzanie projektem wizualnym: od realizacji projektu do targetowania grup odbiorców. Główne cele praw autorskich. Koncepcja własności intelektualnej i jej rodzaje. Kategoryzacja własności intelektualnej. Autorskie prawa osobiste. Autorskie prawa majątkowe.	MG_W07 MG_W08 MG_U13 MG_U14 MG_K04
Budowa portfolio	Wykorzystanie i stosowanie najlepszych technik do prezentowanych treści – zarówno w warstwie wizualnej, jak i w sposobie przekazu. Rodzaje portfolio. Metody przygotowania i prezentacji portfolio.	MG_W02 MG_W03 MG_W04 MG_W06 MG_W07 MG_U03 MG_U04 MG_U05 MG_U07 MG_U10

		MG_K05
Etyka w komunikacji medialnej	Pojęcie etyki i komunikacji medialnej Koncepcje etyczne Pojęcie fake newsa, prawdy, postprawdy i obiektywizmu Konteksty kulturowe w etyce Granice wolności w komunikacji medialnej	MG_W08 MG_U13 MG_U18 MG_K02
Podstawy projektowania graficznego	Obraz i litera Kolor i struktura Edycja analogowa i cyfrowa Kompozycja.	MG_W01 MG_U03 MG_K04
Infografika	Szkic projektu znaków do założonego typu działalności Praca z studentem na zajęciach w postaci ćwiczeń z zakresu projektowania infograficznego. Konstruowanie poszczególnych znaków w opraciu o przyjęte założenia Łączenie w projekcie ikon oraz typografii Przygotowanie plików do gotowej planszy oraz ich eksport	MG_W05 MG_U03 MG_U07 MG_U17 MG_K04
Projektowanie identyfikacji wizualnej	Cele spójnej identyfikacji wizualnej dla marki Logo i jego najważniejsze cechy. Wizytówka i plakat jako narzędzie marketingowe. Design w social mediach. Baner i druki wielkoformatowe. Grafika na stronę firmową	MG_W05 MG_U04 MG_U16 MG_K02
Wizualne aspekty reklamy komercyjnej	Pojęcie reklamy i jego historia. Rodzaje reklamy. Tekst, obraz w reklamie. Reklama jako komunikacja. Funkcje reklamy. Praca z briefem reklamowym. Landscape mediowy. Trendy w reklamie Analiza kampanii reklamowych ambientowych. Analiza kampanii reklamowych social media. Analiza kampanii reklamowych OOH. Analiza kampanii multiformatowej. Rynek reklamy w Polsce.	MG_W03 MG_W02 MG_U03 MG_U07 MG_U13 MG_U11 MG_U14 MG_K01
Reklama społeczna	Historia i definicje reklamy społecznej Społeczny marketing-mix (4P) a miejsce w nim reklamy społecznej Partnerstwo jako 5P w marketingu społecznym	MG_W01 MG_W03 MG_U03

	<p>Reklama pogranicza – komercyjność a cel społeczny (przykłady reklam pogranicza)</p> <p>Reklama społeczna niskobudżetowa – wybrany casus</p> <p>Perswazja w reklamie społecznej</p> <p>Reklama społeczna a konstruowanie zmiany</p> <p>Pedagogiczna funkcja reklamy społecznej</p> <p>Elementy analityczne niezbędne w procesie analizy i tworzenia reklamy społecznej</p> <p>Skuteczność reklamy społecznej – czy i jak ją badać oraz co może o niej decydować?</p> <p>Reklama społeczna jako opowiadanie obrazem - jak badać komunikację wizualną w reklamie społecznej?</p>	<p>MG_U11</p> <p>MG_K01</p> <p>MG_K03</p>
Warsztaty wideo	<p>Nauka programu Adobe Premiere</p> <p>Nauka łączenia ze sobą planów. Prezentacja nietypowych rozwiązań montażu na przykładach teledysków.</p> <p>Montaż wideo teledysku</p> <p>Korekty</p>	<p>MG_W01</p> <p>MG_W03</p> <p>MG_U03</p> <p>MG_U10</p> <p>MG_K03</p>
Podstawy fotografii produktowej	<p>Wprowadzenie do fotografii produktowej: Definicja, historia oraz zastosowanie w biznesie i reklamie.</p> <p>Wybór odpowiedniego sprzętu: Rodzaje aparatów, obiektywów i ich zastosowanie w fotografii produktowej.</p> <p>Podstawy oświetlenia w fotografii produktowej: Rodzaje światła, ich charakterystyka, techniki oświetleniowe oraz ich wpływ na prezentację produktu.</p> <p>Kompozycja i kadrowanie produktu: Reguły kompozycji, umieszczanie produktu w kadrze, korzystanie z głębi ostrości.</p> <p>Tło i jego znaczenie: Wybór odpowiedniego tła, techniki jego przygotowania oraz manipulacja tłem w postprodukcji.</p> <p>Stylizacja produktu: Przygotowanie produktu do sesji, akcesoria dodatkowe, techniki stylizacyjne.</p> <p>Fotografia produktów trudnych: Przedstawienie technik fotografowania produktów odbłaskowych, przezroczystych oraz o skomplikowanych kształtach.</p> <p>Podstawy retuszu produktowego: Wprowadzenie do postprodukcji w programach graficznych, podstawowe techniki retuszu oraz poprawa jakości zdjęć.</p>	<p>MG_W01</p> <p>MG_W07</p> <p>MG_W08</p> <p>MG_U03</p> <p>MG_U04</p> <p>MG_U16</p> <p>MG_K02</p> <p>MG_K03</p>
Społeczny wymiar fotografii	<p>Historia Fotografii Społecznej Rozwój i ewolucja fotografii jako narzędzia społecznego dokumentu.</p> <p>Kluczowi przedstawiciele i ich wkład w fotograficzne spojrzenie na społeczeństwo.</p> <p>Techniki Fotograficzne w Kontekście Społecznym Techniki Reporterskie Fotografia uliczna i dokumentalna.</p> <p>Znaczenie chwili decydującej w uchwyceniu sytuacji.</p> <p>Portret Społeczny Tworzenie portretów, które oddają charakter i historię jednostek w kontekście społecznym.</p> <p>Wykorzystanie fotografii jako narzędzia aktywizmu społecznego.</p> <p>Krytyczna Analiza Fotografii Rozwijanie umiejętności czytania i interpretacji społecznych treści w fotografii. Ocena skuteczności przekazu w kontekście społecznego przekazu. Badanie społecznych kontekstów, w których powstają i są prezentowane fotografie. Zrozumienie wpływu społeczności na percepcję obrazu.</p> <p>Planowanie, realizacja i prezentacja projektów związanych z ważnymi kwestiami społecznymi. Wybór i umiejętne opracowywanie społecznych tematów fotograficznych. Umiejętność skutecznej prezentacji prac fotograficznych.</p> <p>Aktywne uczestnictwo w dyskusji na temat społecznych wymiarów fotografii.</p>	<p>MG_W01</p> <p>MG_W02</p> <p>MG_W03</p> <p>MG_W06</p> <p>MG_U01</p> <p>MG_U03</p> <p>MG_U07</p> <p>MG_U10</p> <p>MG_U15</p> <p>MG_U17</p> <p>MG_K01</p> <p>MG_K02</p> <p>MG_K03</p>

Fotografia reklamowa	Rodzaje fotografii reklamowej, kanały umieszczania fotografii reklamowej. Społeczne oddziaływanie fotografii reklamowej. Wykorzystanie technik cyfrowych oraz pracy zespołowej przy realizacji kampanii reklamowych	MG_W01 MG_W04 MG_W05 MG_U01 MG_U03 MG_U08 MG_K02 MG_K03
Fotografia specjalna i prasowa	Fotografia specjalna: efekty specjalne, charakteryzacja, sposoby uzyskiwania efektów specjalnych. Rola i znaczenie efektów specjalnych. Retusz analogowy i retusz cyfrowy. Manipulacje obrazem. Fotografia reporterska: historia i znaczenie. Reportaż i dokumentacja fotograficzna. Style narracyjne w fotografii. Ćwiczenia praktyczne: fotografia portretowa, fotografia ludzi i przedmiotów, fotografia tła i przestrzeni	MG_W01 MG_W03 MG_W06 MG_U03 MG_U04 MG_U16 MG_K02
Wybrane zagadnienia mediów i sztuki współczesnej	Pojęcie sztuki, sztuki współczesnej, dzieła sztuki, mediów, nowych mediów i sztuki nowych mediów oraz ich rola, znaczenie, cechy i funkcje jakie pełnią Nurty sztuki współczesnej oraz ich przedstawiciele i czołowe dzieła Nurty sztuki nowych mediów Rola AI w sztuce współczesnej Aspekty etyczne sztuki współczesnej i mediów Analiza dorobku sztuki współczesnej i nowych mediów	MG_W01 MG_W03 MG_W06 MG_U01 MG_U04 MG_U05 MG_K01 MG_K03
Zaawansowane projektowanie stron internetowych	Zasady projektowania stron www Zaawansowana obsługa narzędzi do projektowania stron www Tworzenie zaawansowanych animowanych elementów stron www Projektowanie stron internetowych bez użycia kodu Realizacja projektu według wymagań klienta (symulacja) Utrzymanie projektu	MG_W01 MG_W04 MG_U02 MG_U03 MG_K02 MG_K03
Modelowanie etyki postaci w grze	Narzędzia i terminologia narratologiczna w projektowaniu gier Od herosa do antybohatera - podstawy projektowania etycznego postaci Jak stworzyć postać antagonisty? - case studies Jak stworzyć postać protagonisty? - case studies	MG_W01 MG_W02 MG_U04 MG_U05 MG_K05

Języki skryptowe w tworzeniu stron WWW	wprowadzenie do języków skryptowych dlaczego javascript - pogłębiona definicja postawy języka Javascript składnia zaawansowana obiekty funkcje czym jest DOM event listeners, selektory od jQuery do React biblioteki wspomagające pracę (GSAP, 3.js) JS w obrębie bootstrap / materialUI / tailwind etc animacje CSS realizowane za pomocą JS efekt scroll i paralaksa transformacje geometryczne obsługa audio	MG_W09 MG_W10 MG_W11 MG_U19 MG_K03 MG_K06
Projektowanie Visual novels	Wprowadzenie do historii gier wideo Gatunki i konwencje gier wideo Podstawy tworzenia narracji w grach wideo Worldbuilding na przykładzie horroru Worldbuilding na przykładzie fantastyki naukowej Marketing, promocja i produkcja gier wideo	MG_W01 MG_W03 MG_W02 MG_U03 MG_U04 MG_K02
Animacja klasyczna i cyfrowa	Importowanie plików w programie After Effects Antologia Polskiej Animacji After Effects - Transformacje, pineski After Effect - Maski, renderowanie, praca nad animacją Przykłady najciekawszych animacji krótkometrażowych Praca nad animacją - korekty	MG_W01 MG_W04 MG_U03 MG_U05 MG_K04
Społeczne aspekty projektowania przestrzeni	Sposoby wyrażenia przestrzeni w formie abstrakcyjnej. Zasady i wartości estetyczne kształtujące przestrzeń miejską. Wpływ architektury na percepcję i doświadczenie przestrzeni społecznej.	MG_W01 MG_W06 MG_U07 MG_U14 MG_U17 MG_K01 MG_K02

IV. PROGRAM STUDIÓW

Zgodnie z Uchwałą Senatu nr 187/XI/2023 Uczelnia zatwierdziła następującą ofertę specjalności dla studentów rozpoczynających naukę w semestrze zimowym w roku akademickim 2024/2025:

1. Gry wideo z wykorzystaniem Motion Capture
2. Interaktywna grafika cyfrowa
3. Fotografia cyfrowa i marketing wizualny
4. Projektowanie graficzne
5. Projektowanie użytkowe 3D

A) PRZYPORZĄDKOWANIE KIERUNKU STUDIÓW DO DYSYCYPLIN NAUKOWYCH

L.p.	Dyscypliny naukowe	% PUNKTÓW ECTS
1.	Nauki o komunikacji społecznej i mediach (dyscyplina wiodąca)	54
2.	Sztuki plastyczne i konserwacja dzieł sztuki	15
3.	Informatyka techniczna i telekomunikacyjna	31

B) PODSTAWOWE WSKAŹNIKI ECTS OKREŚLONE DLA PROGRAMU STUDIÓW

Nazwa wskaźnika	Liczba punktów ECTS/Liczba godzin
Łączna liczba punktów ECTS, jaką student musi uzyskać w ramach zajęć prowadzonych z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich lub innych osób prowadzących zajęcia	STUDIA STACJONARNE 97,8
	STUDIA NIESTACJONARNE 97,8
Łączna liczba punktów ECTS przyporządkowana zajęciom kształtującym umiejętności praktyczne	145,1 ST
	145,7 NST
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	-
Łączna liczba punktów ECTS przyporządkowana zajęciom do wyboru	73
Łączna liczba punktów ECTS przyporządkowana praktykom zawodowym	39

C) WYMIAR, ZASADY I FORMY ODBYWANIA PRAKTYK ZAWODOWYCH

Wymiar: 960 godzin praktyk zawodowych.

Student wyznaczoną liczbę godzin (w sumie) musi odbyć do końca trybu kształcenia.

Student ma możliwość zorganizowania praktyki indywidualnie bądź z pomocą Biura Obsługi Studenta.

Student udający się na odbycie praktyk zawodowych, powinien wypełnić oświadczenie wstępne, na podstawie którego tworzona jest umowa oraz skierowanie (dla pracodawcy) jak również zaświadczenie o odbytej praktyce, program praktyk, karta czasu pracy praktykanta oraz efekty uczenia się. Po zakończonych praktykach student dostarcza całą dokumentację na uczelnię, gdzie jest ona opiniowana przez Opiekuna praktyk zawodowych.

Praktyki zawodowe mogą odbywać się w formie stacjonarnej lub hybrydowej.

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

- a. test, kolokwium** - zestaw punktowanych pytań lub zadań sprawdzający wiedzę studenta
 - i. Typ 1 - pytania zamknięte (jednokrotnego, wielokrotnego wyboru lub dopasowywania)
 - ii. Typ 2 - zadania obliczeniowe, problemowe, decyzyjne
 - iii. Typ 3 - pytania otwarte (analiza wybranego materiału)
- b. egzamin pisemny** - zestaw pytań otwartych lub zamkniętych przeprowadzany w formie pisemnej
- c. egzamin ustny** - przeprowadzany w formie ustnej – zawiera zestaw pytań otwartych
- d. projekt** - przeprowadzenie złożonego działania zmierzającego do osiągnięcia określonego celu – zbieranie, opracowanie i przedstawienie informacji oraz wyników przeprowadzonych badań w formie pisemnej
- e. referat** - krótka forma pisemna lub ustna, może być przedstawiona publicznie (np. w grupie)
- f. prezentacja** - przedstawianie problemu, procesu, stanu, zjawiska z określonego tematu w sposób opisowy lub porządkujący. Samodzielne wyznaczenie klucza, według którego przebiega prezentacja
- g. esej:**
 - i. Typ 1 - wybór tematu samodzielny lub spośród zaproponowanych przez nauczyciela akademickiego - tworzenie recenzji, interpretacji, opisu, diagnozy zjawiska lub problemu - przypisywanie ogólnych zjawisk do konkretnych przykładów
 - ii. Typ 2 - dokonywanie opisu i charakterystyki procesów, zjawisk na podstawie konkretnego materiału lub przypadku
- h. wypowiedź ustna indywidualna** - wyjaśnienie lub odpowiedź ustna na postawione pytanie (student odpowiada samodzielnie i indywidualnie)
- i. uczestnictwo w dyskusji** - udział w ustnej wymianie poglądów na określony temat poparty stosowną argumentacją
- j. studium przypadku (case study)** - analiza pojedynczego przypadku, tj. szczegółowy opis przypadku, zazwyczaj rzeczywistego, pozwalający wyciągnąć wnioski co do przyczyn i rezultatów jego przebiegu i przełożenie ich szerzej do danego modelu biznesowego, cech rynku, uwarunkowań technicznych, kulturowych, społecznych itp.
- k. raport, sprawozdanie z zadania terenowego** - zapoznanie się z formą pracy lub zadaniami oraz przygotowanie i opracowanie sprawozdania podsumowującego na ten temat

- l. zadania praktyczne** - ukierunkowane na umiejętności zawodowe; w szczególności z wykorzystaniem właściwych programów komputerowych; wykonywanie konkretnych zadań aplikacyjnych
- m. samodzielne rozwiązywanie zadań** - indywidualne dochodzenie do rozstrzygnięcia zadanego problemu lub kwestii
- n. aktywny udział w zajęciach** – wykonywanie poleceń prowadzącego włączanie się studenta w przebieg zajęć, współpraca z prowadzącym
- o. obserwacja studentów przez nauczyciela akademickiego** - obserwacja pewnych etapów zajęć przez prowadzącego zajęcia, sporządzanie notatek dot. poszczególnych studentów
- p. praca dyplomowa** - praca pisemna w formie projektu, którą studenci przygotowują w grupie w celu zaliczenia seminarium i uzyskania możliwości przystąpienia do egzaminu dyplomowego
- q. praca magisterska** - praca pisemna, którą student przygotowuje jako podsumowanie nauki w celu zdobycia tytułu zawodowego magistra po uzyskaniu pozytywnej oceny z egzaminu magisterskiego

Tabela form weryfikacji efektów uczenia się

Metoda weryfikacji/Obszary	Wiedza	Umiejętności	Kompetencje społeczne
Test, kolokwium	X	X	
Egzamin pisemny	X	X	
Egzamin ustny	X	X	
Projekt	X	X	X
Referat	X	X	
Prezentacja	X	X	X
Esej	X	X	X
Wypowiedź ustna indywidualna	X	X	
Uczestnictwo w dyskusji		X	X
Studium przypadku (case study)	X	X	
Raport, sprawozdanie z zadania terenowego	X	X	
Zadania praktyczne		X	X
Samodzielne rozwiązywanie zadań		X	
Aktywny udział w zajęciach		X	X
Obserwacja studentów przez nauczyciela akademickiego			X
Praca dyplomowa	X	X	X
Praca magisterska	X	X	

E) WYKAZ ZAJĘĆ LUB GRUPY ZAJĘĆ Z PRZYPISANIEM PUNKTÓW ECTS

WYKAZ ZAJĘĆ LUB GRUP ZAJĘĆ	SEMESTR	FORMA ZALICZENIA	PUNKTY ECTS
Kultura masowa i audiowizualna	1	Zaliczenie na ocenę	3
BHP	1	Zaliczenie	0

Kulturowe konteksty sztuki i mediów	2	Zaliczenie na ocenę	3
Podstawy fotografii	1	Zaliczenie na ocenę	3
Podstawy grafiki cyfrowej	1	Zaliczenie na ocenę	3
Podstawy rysunku tradycyjnego	1	Zaliczenie na ocenę	3
Podstawy zarządzania	1	Zaliczenie na ocenę	3
Społeczny i techniczny wymiar cyberprzestrzeni	1	Zaliczenie na ocenę	3
Wprowadzenie do komunikacji społecznej	1	Egzamin/Zaliczenie na ocenę	3
Wprowadzenie do marketingu wizualnego	1	Egzamin	3
Wprowadzenie do studiów	1	Zaliczenie	0
Fotografia cyfrowa	2	Zaliczenie na ocenę	3
Grafika warsztatowa	2	Zaliczenie na ocenę	3
Aplikacje i komunikacja w internecie	3	Zaliczenie na ocenę	2
Metody pisania prac projektowych	2	Zaliczenie na ocenę	3
Narzędzia grafiki cyfrowej	2	Zaliczenie na ocenę	3
Podstawy sztuki komiksu	2	Zaliczenie na ocenę	2
Przygotowanie studenta do rynku pracy	2	Zaliczenie	2
Rysunek tradycyjny	2	Zaliczenie na ocenę	3
Symbol wizualny i jego rola w kulturze	3	Zaliczenie na ocenę	3
Typografia	2	Egzamin/Zaliczenie na ocenę	3
Warsztaty komunikacji i prezentacji	2	Zaliczenie na ocenę	3
Wychowanie fizyczne	2	Zaliczenie	0
Fotografia jako komunikacja wartości	3	Egzamin/Zaliczenie na ocenę	3
Język obcy	3	Zaliczenie	5
Komiks jako medium społeczne	3	Zaliczenie na ocenę	3
Projektowanie stron internetowych	2	Zaliczenie na ocenę	3
Zaawansowane narzędzia grafiki cyfrowej	3	Zaliczenie na ocenę	3
Zaawansowane techniki grafiki warsztatowej	3	Zaliczenie na ocenę	3
Język obcy	4	Zaliczenie na ocenę	5
Komunikacja w czasach społeczeństwa wizualnego	4	Egzamin	1
Spotkanie z opiekunem praktyk	4	Bez Zaliczenia	0
Praktyka zawodowa	4	Zaliczenie	13
Projektowanie strategii marketingowych i medialnych	4	Zaliczenie na ocenę	3
Zarządzanie projektem wdrożeniowym	4	Zaliczenie na ocenę	2
Tworzenie marki	4	Egzamin	2
Grafika reklamowa	5	Zaliczenie na ocenę	2
Podstawy przedsiębiorczości w mediach	6	Egzamin	2
Praktyka zawodowa	5	Zaliczenie	13
Przedmiot do wyboru	5	Zaliczenie na ocenę	3

Projekt wdrożeniowy	5	Zaliczenie na ocenę	4
Retoryka wizualna	5	Zaliczenie na ocenę	2
Socjotechnika w mediach	5	Egzamin	2
Zarządzanie projektem medialnym	5	Zaliczenie na ocenę	3
Budowa portfolio	6	Egzamin/Zaliczenie na ocenę	3
Etyka w komunikacji medialnej	1	Egzamin	3
General Electives	6	Zaliczenie	3
Podstawy prawa dla grafików	6	Egzamin	2
Praktyka zawodowa	6	Zaliczenie	13
Projekt wdrożeniowy	6	Zaliczenie na ocenę	4
Kultura masowa i audiowizualna	1	Zaliczenie na ocenę	3
BHP	1	Zaliczenie	0
Kulturowe konteksty sztuki i mediów	2	Zaliczenie na ocenę	3
Podstawy fotografii	1	Zaliczenie na ocenę	3
Podstawy grafiki cyfrowej	1	Zaliczenie na ocenę	3
Podstawy rysunku tradycyjnego	1	Zaliczenie na ocenę	3
Podstawy zarządzania	1	Zaliczenie na ocenę	3
Społeczny i techniczny wymiar cyberprzestrzeni	1	Zaliczenie na ocenę	3
Wprowadzenie do komunikacji społecznej	1	Egzamin/Zaliczenie na ocenę	3
Wprowadzenie do marketingu wizualnego	1	Egzamin	3
Wprowadzenie do studiów	1	Zaliczenie	0
Fotografia cyfrowa	2	Zaliczenie na ocenę	3
Grafika warsztatowa	2	Zaliczenie na ocenę	3
Aplikacje i komunikacja w internecie	3	Zaliczenie na ocenę	2
Metody pisania prac projektowych	2	Zaliczenie na ocenę	3
Narzędzia grafiki cyfrowej	2	Zaliczenie na ocenę	3
Podstawy sztuki komiksu	2	Zaliczenie na ocenę	2
Przygotowanie studenta do rynku pracy	2	Zaliczenie	2
Rysunek tradycyjny	2	Zaliczenie na ocenę	3
Symbol wizualny i jego rola w kulturze	3	Zaliczenie na ocenę	3
Podstawy projektowania graficznego	3	Egzamin/Zaliczenie na ocenę	3
Infografika	3	Egzamin/Zaliczenie na ocenę	3
Projektowanie identyfikacji wizualnej	4	Egzamin/Zaliczenie na ocenę	3
Wizualne aspekty reklamy komercyjnej	4	Egzamin/Zaliczenie na ocenę	3
Reklama społeczna	5	Egzamin/Zaliczenie na ocenę	3
Propaganda jako narzędzie wpływu	6	Egzamin/Zaliczenie na ocenę	3
Historia i rodzaje gier komputerowych	3	Zaliczenie na ocenę	3
Metody produkcji gier video	3	Egzamin/Zaliczenie na ocenę	3

Tworzenie scenariusza gry video	4	Zaliczenie na ocenę	3
Oprogramowanie obiektów 3D	4	Egzamin/Zaliczenie na ocenę	3
Gamifikacja	5	Egzamin/Zaliczenie na ocenę	3
Animacja w grach	6	Egzamin/Zaliczenie na ocenę	3
Warsztaty wideo	3	Egzamin/Zaliczenie na ocenę	3
Podstawy fotografii produktowej	3	Egzamin/Zaliczenie na ocenę	3
Społeczny wymiar fotografii	4	Egzamin/Zaliczenie na ocenę	3
Fotografia reklamowa	4	Egzamin/Zaliczenie na ocenę	3
Fotografia specjalna i prasowa	5	Egzamin/Zaliczenie na ocenę	3
Wybrane zagadnienia mediów i sztuki współczesnej	6	Egzamin/Zaliczenie na ocenę	3
Zaawansowane projektowanie stron internetowych	3	Egzamin/Zaliczenie na ocenę	3
Modelowanie etyki postaci w grze	3	Egzamin/Zaliczenie na ocenę	3
Języki skryptowe w tworzeniu stron WWW	4	Egzamin/Zaliczenie na ocenę	3
Gry komputerowe i cyberkultura	4	Egzamin/Zaliczenie na ocenę	3
Projektowanie Visual novels	5	Egzamin/Zaliczenie na ocenę	3
Animacja klasyczna i cyfrowa	6	Egzamin/Zaliczenie na ocenę	3
Formy 3D	3	Egzamin/Zaliczenie na ocenę	3
Rzeźba cyfrowa	4	Egzamin/Zaliczenie na ocenę	3
Modelowanie postaci 3D	5	Egzamin/Zaliczenie na ocenę	3
Animacja 3D	4	Egzamin/Zaliczenie na ocenę	3
Społeczna rola filmu animowanego	6	Egzamin/Zaliczenie na ocenę	3
Społeczne aspekty projektowania przestrzeni	3	Egzamin/Zaliczenie na ocenę	3