



**UNIwersYTET
WSB MERITO
GDAŃSK**

Uniwersytet WSB Merito w Gdańsku
Wydział Informatyki i Nowych Technologii

Program studiów

Dla kierunku

Komunikacja cyfrowa i media kreatywne

Studia Drugiego Stopnia

Studia: stacjonarne/ niestacjonarne

Profil: praktyczny

I. OGÓLNA CHARAKTERYSTYKA KIERUNKU STUDIÓW

Nazwa kierunku studiów	Komunikacja cyfrowa i media kreatywne	
Poziom studiów	Studia drugiego stopnia	
Profil studiów	praktyczny	
Forma studiów	stacjonarne/ niestacjonarne	
Czas trwania studiów (w semestrach)	4 semestry	
Łączna liczba punktów ECTS dla danej formy studiów	100	
Łączna liczba godzin określona w programie studiów	Studia stacjonarne 2506 h	Studia niestacjonarne 2506 h
Tytuł zawodowy nadawany absolwentom	magister	
Wymiar praktyk zawodowych	480h	
Język prowadzenia studiów	polski	
Cykl kształcenia rozpoczynający się w roku	2026/2027	

II. EFEKTY UCZENIA SIĘ

Symbol efektu	Opis efektów uczenia się	Kod uniwersalnej charakterystyki
Wiedza absolwent zna i rozumie		
KCiMK_W01	w pogłębionym stopniu wybrane koncepcje i zagadnienia z zakresu nauk o komunikacji społecznej i mediach, zwłaszcza w odniesieniu do komunikacji cyfrowej i mediów kreatywnych	P7S_WG
KCiMK_W02	w pogłębionym stopniu wybrane teorie oraz metodologię badań w zakresie dyscypliny nauki o komunikacji społecznej i mediach, w szczególności komunikacji cyfrowej oraz mediów kreatywnych	P7S_WG
KCiMK_W03	w pogłębionym stopniu wiedzę na temat fundamentalnych wyzwań i zmian cywilizacyjnych związanych z komunikacją i mediami. Rozumie wpływ tych wyzwań i zmian na branżę kreatywną	P7S_WG
KCiMK_W04	w pogłębionym stopniu techniczne i społeczno-kulturowe aspekty przygotowania multimedialnego materiału cyfrowego	P7S_WG
KCiMK_W05	w pogłębionym stopniu cyfrowe techniki graficzne stosowane w procesie kreacji wizualnej	P7S_WG
KCiMK_W06	zagadnienia z zakresu marketingu i public relations w kontekście wykorzystania ich w komunikacji cyfrowej oraz mediach kreatywnych	P7S_WK

KCiMK_W07	w pogłębionym stopniu metody, techniki i narzędzia wykorzystywane w kreowaniu treści w mediach cyfrowych	P7S_WG
KCiMK_W08	w pogłębionym stopniu sposoby twórczego, praktycznego wykorzystania technologii medialnych i technologii informacyjno-komunikacyjnych w realizacji projektów, kampanii medialnych	P7S_WG
KCiMK_W09	fundamentalne dylematy współczesnej cywilizacji związane z komunikacją i mediami oraz rozumie ich wpływ na branżę kreatywną	P7S_WK
KCiMK_W10	ekonomiczne, prawne, etyczne i społeczne uwarunkowania działalności zawodowej w obszarze komunikacji cyfrowej i mediów kreatywnych	P7S_WK
KCiMK_W11	pojęcia i zasady z zakresu ochrony własności przemysłowej i prawa autorskiego w odniesieniu do działalności zawodowej w obszarze komunikacji cyfrowej i mediów kreatywnych	P7S_WK
KCiMK_W12	podstawowe zasady tworzenia i rozwoju różnych form przedsiębiorczości w branży kreatywnej, zwłaszcza w mediach cyfrowych	P7S_WK
Umiejętności absolwent potrafi		
KCiMK_U01	prawidłowo interpretować i wyjaśniać różne zjawiska społeczne oraz relacje między nimi z zakresu komunikacji cyfrowej i mediów kreatywnych	P7S_UW
KCiMK_U02	projektować i kreować w sposób twórczy przekazy (treści) medialne, wykorzystując odpowiednie metody oraz narzędzia cyfrowe, w tym zaawansowane technologie informacyjno-komunikacyjne	P7S_UW
KCiMK_U03	dobierać źródła i informacje z nich pochodzące, poddawać je krytycznej analizie oraz właściwie selekcjonować na potrzeby innowacyjnego, wewnętrznie spójnego projektu medialnego	P7S_UW
KCiMK_U04	planować i realizować strategie komunikacyjne, również marketingowe, oparte na analizie danych oraz trendów w mediach cyfrowych	P7S_UW
KCiMK_U05	tworzyć zaawansowane, interaktywne i multimedialne treści dostosowane do różnych platform cyfrowych	P7S_UW
KCiMK_U06	wykorzystać posiadaną wiedzę w celu formułowania i rozwiązywania problemów, podejmować rozstrzygnięcia oraz wdrożenia rozwiązań w zakresie aktywności związanych z komunikacją cyfrową i mediami kreatywnymi	P7S_UW
KCiMK_U07	stawiać poprawne hipotezy związane z problemami wdrożeniowymi i je weryfikować, wykorzystując do tego metody oraz techniki właściwe dla komunikacji cyfrowej i mediów kreatywnych	P7S_UW
KCiMK_U08	wykorzystywać w praktyce znajomość języka obcego z uwzględnieniem słownictwa specjalistycznego właściwego dla kierunku komunikacja cyfrowa i media kreatywne zgodnie z wymaganiami określonymi dla poziomu B2+ Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego	P7S_UK
KCiMK_U09	przewodzić dyskusje oraz uczestniczyć w debacie na tematy związane z komunikacją społeczną i mediami, zwłaszcza komunikacją cyfrową i mediami kreatywnymi, dbając o umożliwienie przedstawienia różnych stanowisk i ocen, w oparciu o rzeczową argumentację oraz konkluzje	P7S_UK
KCiMK_U10	porozumiewać się na tematy związane z komunikacją społeczną i mediami, zwłaszcza komunikacją cyfrową i mediami kreatywnymi ze zróżnicowanymi kręgami odbiorców	P7S_UK
KCiMK_U11	kierować pracą własną i grupową, w tym współpracować z innymi osobami w ramach prac zespołu kreatywnego oraz zespołu interdyscyplinarnego, zwłaszcza w celu rozwiązywania problemów praktycznych	P7S_UO
KCiMK_U12	samodzielnie planować i realizować własne uczenie się przez całe życie oraz inspirować i organizować proces uczenia się innych osób	P7S_UU
Kompetencje społeczne absolwent jest gotów do		
KCiMK_K01	krytycznej oceny posiadanej wiedzy i odbieranych treści w zakresie komunikacji cyfrowej i mediów kreatywnych, a podczas trudności z	P7S_KK

	samodzielnym rozwiązywaniem problemów korzysta z wiedzy opartej na dowodach oraz zasięga opinii ekspertów	
KCiMK_K02	kreatywnego i świadomego uczestnictwa w przygotowaniu projektów społecznych, przewidywania oraz analizowania skutków społecznych swojej działalności zorientowanej na różne grupy odbiorców w obszarze komunikacji cyfrowej i mediów kreatywnych	P7S_KO
KCiMK_K03	myślenia i działania w sposób przedsiębiorczy, uwzględniając kontekst społeczny, kulturowy i organizacyjny w obszarze komunikacji cyfrowej i mediów kreatywnych	P7S_KO
KCiMK_K04	identyfikacji i rozstrzygania dylematów etycznych związanych z wykonywaniem zawodu w wybranych obszarach branży kreatywnej	P7S_KR
KCiMK_K05	uznawania znaczenia dorobku przedstawicieli zawodów związanych z komunikacją cyfrową i mediami kreatywnymi oraz dąży do rozwoju tego dorobku	P7S_KR
KCiMK_K06	podtrzymywania etosu zawodów związanych z komunikacją cyfrową i mediami kreatywnymi. Czerpie z doświadczenia i dzieli się najlepszymi rozwiązaniami w wybranej przez siebie profesji	P7S_KR

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

ZAJĘCIA LUB GRUPY ZAJĘĆ	ODNIESIENIE DO KIERUNKOWYCH EFEKTÓW UCZENIA SIĘ	TREŚCI PROGRAMOWE
MODUŁY ZAJĘĆ (zajęcia/grupy zajęć)		
Zajęcia z dziedziny nauk humanistycznych lub nauk społecznych		
Etyka mediów i komunikacji cyfrowej	KCiMK_W03 KCIMK_W09 KCIMK_W10 KCIMK_K04	Zasady etyczne dotyczące mediów i komunikacji (prawda, uczciwość, przejrzystość, odpowiedzialności, szacunek dla godności ludzkiej). Etyczne wyzwania w komunikacji cyfrowej (dezinformacja, fake news, manipulacja opinią publiczną, prywatność w internecie). Kodeksy etyczne dziennikarzy i mediów cyfrowych. Regulacje prawne a etyka mediów. Etyka reklam i kampanii cyfrowych.
Historia komunikacji: od mowy do internetu	KCiMK_W01 KCIMK_W03 KCIMK_W09 KCIMK_U01	Początki komunikacji międzyludzkiej. Rozwój systemów pism i jego wpływ na komunikację oraz kulturę. Media masowe XIX wieku (prasa, telegraf, telefon). Wpływ radia i telewizji na kulturę masową. Rewolucja cyfrowa (rozwój komputerów, internetu, mediów społecznościowych). Społeczeństwo informacyjne i mediatyzacja życia społecznego. Przemiany technologiczne i przyszłość komunikacji.

Historia kultury, sztuki i mediów	KCiMK_W03 KCiMK_W09 KCiMK_U09 KCiMK_K04	Kultura i sztuka starożytna. Sztuka średniowieczna i renesansowa. Sztuka nowożytna. Narodziny sztuki nowoczesnej i media masowe. Kultura i media popularne (wpływ telewizji, muzyki popularnej, reklamy, komiksów i kinematografii na kształtowanie gustów i wartości). Cyfrowa rewolucja w sztuce i mediach (Przejście od tradycyjnych form sztuki do sztuki cyfrowej, instalacji interaktywnych, gier wideo i nowych mediów jako wyrazu artystycznego). Rola sztuki i mediów w refleksji nad współczesnymi problemami społecznymi, politycznymi, ekologicznymi.
Kierunkowe		
Grafika cyfrowa	KCiMK_W05 KCiMK_W07 KCiMK_W08 KCiMK_U02	Narzędzia grafiki cyfrowej i zasady kompozycji wizualnej. Typografia w projektowaniu cyfrowym. Optymalizacja grafiki dla internetu. Kolor i jego znaczenie w grafice cyfrowej.
Fundraising internetowy	KCiMK_W03 KCiMK_W06 KCiMK_W10 KCiMK_U06 KCiMK_U10 KCiMK_K02 KCiMK_K03	Definicja i cele fundraisingu, zrozumienie podstawowych koncepcji, jak np. darowizna, sponsoring, kampanie crowdfundingowe. Strategie kampanii fundraisingowych online (kampanie na platformach crowdfundingowych). Planowanie kampanii promocyjnych na platformach takich, jak: Facebook, Instagram w celu zdobywania środków). Budowanie relacji z darczyńcami online. Technologie i narzędzia fundraisingowe.
Design thinking	KCiMK_W03 KCiMK_W07 KCiMK_W08 KCiMK_U01 KCiMK_U09	Filozofia i etapy procesu design thinking (empatia, definiowanie problemu, generowanie pomysłów, prototypowanie, testowanie). Techniki brainstormingowe i metody twórczego rozwiązywania problemów. Prototypowanie i iteracja. Zastosowanie design thinking w mediach cyfrowych.
BHP	KCiMK_W10	Przepisy prawa dotyczące pracy w środowiskach biurowych, szczególnie w obszarze mediów i pracy przy komputerze. Ergonomia pracy przy komputerze. Zasady bezpieczeństwa w pracy z urządzeniami cyfrowymi i wyświetlaczami. Ryzyko psychiczne i stres zawodowy. Bezpieczeństwo w pracy zdalnej.
Marketing w mediach cyfrowych	KCiMK_W06 KCiMK_W07 KCiMK_U01 KCiMK_U02	Podstawowe zasady i strategie marketingu internetowego, w tym SEO, SEM, e-mail marketingu, marketingu afiliacyjnego, Planowanie, wdrażanie i optymalizowanie kampanii reklamowych w Google Ads, Facebook Ads, Instagram Ads. Marketing influencerów. Analityka internetowa (monitorowanie kampanii, narzędzia analityczne, analiza danych).

		Personalizacja i automatyzacja w marketingu (wykorzystanie AI w marketingu cyfrowym).
Metodologia badań naukowych	KCiMK_W02 KCiMK_W09 KCiMK_U03 KCiMK_U07	Jakościowe i ilościowe metody badawcze, projektowanie badań, dobór próby. Techniki zbierania danych (wywiad, ankieta, grupy fokusowe, analiza zawartości mediów, badania dokumentów). Metody statystyczne i jakościowe w analizie wyników badań, praca z programami analitycznymi. Specyficzne techniki badawcze w obszarze mediów i komunikacji, analiza danych z mediów społecznościowych. Zasady etyczne dotyczące prowadzenia badań.
Prawo własności intelektualnej i nowych mediów	KCiMK_W09 KCiMK_W10 KCiMK_W11 KCiMK_W12 KCiMK_K05	Definicja, zasady ochrony praw autorskich, prawa osobiste i majątkowe twórców. Ochrona wykonawców, producentów fonogramów i wideogramów, prawo do nadawania. Różne rodzaje licencji, zarządzanie prawami do treści, Creative Commons. Prawa autorskie w internecie, piractwo, plagiat, zasady odpowiedzialności za treści w sieci. Zasady przetwarzania danych osobowych, RODO, ochrona tożsamości w internecie.
Społeczne i kulturowe oddziaływania mediów cyfrowych	KCiMK_W01 KCiMK_W03 KCiMK_W09 KCiMK_W10 KCiMK_U01 KCiMK_U09 KCiMK_U10 KCiMK_K02	Teorie komunikacji i mediów. Mediatyzacja życia społecznego (zjawisko przenikania mediów do różnych sfer życia społecznego, od polityki po codzienne interakcje). Media cyfrowe a tożsamość. Cyberkultura i społeczeństwo sieciowe.
AI w komunikacji społecznej	KCiMK_W03 KCiMK_W04 KCiMK_W07 KCiMK_W08 KCiMK_W09 KCiMK_U05	Wprowadzenie do pojęcia sztucznej inteligencji i jej zastosowań w komunikacji społecznej. Zastosowanie AI w automatyzacji interakcji z użytkownikami (chatboty, voiceboty). Wykorzystanie AI do analizy dużych zbiorów danych i przewidywania trendów. AI w personalizowaniu treści medialnych i komunikatów marketingowych. Dylematy etyczne związane z wykorzystaniem AI w komunikacji (deepfake, prywatność).
Fotografia medialna	KCiMK_W04 KCiMK_W05 KCiMK_W07 KCiMK_U02 KCiMK_U05	Rola obrazu w komunikacji medialnej, fotografowanie dla prasy, internetu i mediów społecznościowych. Obróbka zdjęć w programach takich jak: Adobe Lightroom, Photoshop, podstawy retuszu i korekcji kolorów. Techniki dokumentowania wydarzeń medialnych, fotoreportaże, storytelling wizualny.
Język obcy branżowy (angielski)	KCiMK_U08 KCiMK_U12	Terminologia związana z komunikacją cyfrową, mediami, marketingiem i nowymi technologiami. Prowadzenie korespondencji biznesowej, prezentacji i spotkań w języku angielskim. Czytanie i interpretowanie artykułów naukowych, raportów i innych materiałów związanych z komunikacją cyfrową i mediami kreatywnymi.

		Tworzenie treści w języku angielskim (raporty, notatki, artykuły, treści na strony internetowe, itp.).
Projektowanie graficzne	KCiMK_W05 KCiMK_W07 KCiMK_W08 KCiMK_U02 KCiMK_U05	Zasady projektowania graficznego (kompozycja, kolory, typografia, zasady projektowania wizualnego dla różnych mediów). Narzędzia graficzne. Projektowanie dla mediów cyfrowych (banery, plakaty, materiały promocyjne do mediów społecznościowych i stron internetowych). Branding i identyfikacja wizualne.
Public Relations w erze cyfrowej	KCiMK_W06 KCiMK_W07 KCiMK_U01 KCiMK_U10	Teorie i zasady budowania relacji z mediami i społecznością. Zarządzanie reputacją online, tworzenie strategii komunikacji w mediach cyfrowych, PR w mediach społecznościowych. Kryzysy wizerunkowe (zasady zarządzania kryzysami w erze cyfrowej, narzędzia do monitorowania mediów i reagowania na kryzysy). Tworzenie treści PR.
Wprowadzenie do UX design	KCiMK_W04 KCiMK_W07 KCiMK_W08	Definicja i znaczenie UX w projektowaniu aplikacji i stron internetowych. Przeprowadzanie badań z użytkownikami, analiza potrzeb, testowanie użyteczności. Tworzenie makiet, prototypów i interfejsów dostosowanych do potrzeb użytkowników. Analiza interakcji użytkowników, optymalizacja nawigacji i struktury treści.
Seminarium dyplomowe	KCiMK_W02 KCiMK_W09 KCiMK_W10 KCiMK_U01 KCiMK_U03 KCiMK_U06 KCiMK_U07 KCiMK_U08 KCiMK_U09 KCiMK_K01 KCiMK_K02 KCiMK_K03 KCiMK_K05 KCiMK_K06	Formułowanie tematu, planowanie badań, struktura pracy. Wybór odpowiednich metod do realizacji projektu badawczego. Praktyczne wskazówki dotyczące pisania pracy, korekta i formatowanie tekstu.
Przedmiot do wyboru (Techniki perswazji wizualnej/Historia kultury, sztuki i mediów/Wprowadzenie do filozofii)	KCiMK_W01 KCiMK_W03 KCiMK_W06 KCiMK_W07 KCiMK_W09 KCiMK_U10	<i>Techniki perswazji wizualnej:</i> Psychologia percepcji wizualnej. Kolory, typografia, kompozycja jako narzędzia wpływu. Tworzenie opowieści za pomocą obrazów, wykorzystanie narracji wizualnej w mediach. <i>Wprowadzenie do filozofii:</i> Wprowadzenie do głównych nurtów filozofii, takich jak idealizm, realizm, egzystencjalizm. Refleksja nad naturą komunikacji, prawdą, językiem i wpływem mediów na rzeczywistość.
Zarządzanie projektem w mediach cyfrowych	KCiMK_W01 KCiMK_W08 KCiMK_W09 KCiMK_U02	Zasady planowania, realizacji i monitorowania projektów w środowisku medialnym. Delegowanie zadań, współpraca zespołowa, rozwiązywanie problemów w zespole.

	KCiMK_U03 KCiMK_U04 KCiMK_U06 KCiMK_U09 KCiMK_U10 KCiMK_U11 KCiMK_K01 KCiMK_K02 KCiMK_K03 KCiMK_K04 KCiMK_K06	Metody zarządzania w kontekście projektów cyfrowych (Agile, Scrum, Waterfall, itp.).
General Electives (Employer Branding/Cybersecurity)	KCiMK_W06 KCiMK_W08 KCiMK_W09 KCiMK_U06 KCiMK_U08	<i>Employer Branding:</i> Strategia budowania pozytywnego wizerunku firmy jako pracodawcy. Wykorzystanie mediów społecznościowych i stron internetowych w promocji wizerunku firmy. Wpływ Employer Branding na procesy rekrutacyjne i retencje pracowników. Narzędzia do monitorowania skuteczności działań Employer Branding. <i>Cybersecurity:</i> Zagrożenia cyfrowe (phishing, malware, ransomware). Bezpieczeństwo danych w mediach. Zarządzanie ryzykiem w kontekście mediów cyfrowych. Zarządzanie incydentami bezpieczeństwa.
Praktyka zawodowa	KCiMK_W01 KCiMK_W10 KCiMK_W11 KCiMK_W12 KCiMK_U02 KCiMK_U06 KCiMK_U11 KCiMK_U12 KCiMK_K01 KCiMK_K02 KCiMK_K03 KCiMK_K04 KCiMK_K05 KCiMK_K06	Zapoznanie się z funkcjonowaniem organizacji. Praktyczne wykorzystanie wiedzy teoretycznej. Doskonalenie umiejętności zawodowych. Poznanie narzędzi i technologii branżowych. Rozwój umiejętności interpersonalnych. Rozwój kompetencji zawodowych.
Dla specjalności: Kreowanie treści w mediach cyfrowych		
Tworzenie efektywnego kontentu (z wykorzystaniem AI)	KCiMK_W04 KCiMK_W05 KCiMK_W07 KCiMK_U02 KCiMK_U05	Zasady tworzenia angażujących i efektywnych treści w mediach cyfrowych. Narzędzia AI do automatyzacji i optymalizacji tworzenia tekstów, grafik i wideo. AI jako pomoc w tworzeniu treści dostosowanych do preferencji użytkowników. Użycie AI do analizy skuteczności treści w mediach cyfrowych.
UX w mediach cyfrowych	KCiMK_W04 KCiMK_W05 KCiMK_W07 KCiMK_U02	Zasady projektowania doświadczeń użytkowników, wpływ UX na zaangażowanie użytkowników w mediach cyfrowych. Projektowanie intuicyjnej struktury nawigacji, hierarchii treści, organizacji informacji na stronach internetowych i w aplikacjach.

		Rola interakcji użytkownika z treściami multimedialnymi.
Komunikacja wizerunkowa w social mediach	KCiMK_W03 KCiMK_W04 KCiMK_W06 KCiMK_W08 KCiMK_U02 KCiMK_U05	Zasady kreowania i zarządzania spójnym wizerunkiem marki na platformach społecznościowych (Instagram, Facebook, TikTok). Planowanie kampanii wizerunkowych, identyfikacja grup docelowych, tworzenie harmonogramów publikacji. Metody i techniki zarządzanie kryzysami wizerunkowymi w mediach społecznościowych. Tworzenie angażującego kontentu (posty, grafiki, filmy, relacje na żywo)
Zarządzanie treścią w czasie rzeczywistym (CMS)	KCiMK_W04 KCiMK_W07 KCiMK_W08 KCiMK_U02	Popularne systemy zarządzania treścią - Content Management System (CSM) – WordPress, Joomla, Drupal i ich funkcjonalności. Praktyczne umiejętności związane z dodawaniem, edytowaniem i publikowaniem treści, zarządzanie kategoriami, tagami, mediami. Optymalizacja treści pod kątem SEO (Search Engine Optimization) – proces ulepszania witryn na potrzeby wyszukiwarek. Integracja CMS z mediami społecznościowymi i innymi platformami.
Tworzenie treści wideo dla różnych platform komunikacyjnych	KCiMK_W04 KCiMK_W05 KCiMK_W07 KCiMK_U02 KCiMK_U05	Podstawy produkcji wideo (zasady nagrywania wideo, ustawiania kamery, dźwięku, oświetlenia, kadrowania). Edycja i montaż wideo. Formaty wideo dla różnych platform (dostosowanie formatu i stylu wideo do różnych platform, np. Instagram, TikTok, YouTube, Facebook). Narracja wizualna i storytelling wideo. Optymalizacja wideo pod kątem SEO.
Strategie promocji i dystrybucji treści w mediach cyfrowych	KCiMK_W04 KCiMK_W06 KCiMK_W08 KCiMK_U02 KCiMK_U04 KCiMK_U11 KCiMK_K02	Planowanie i zarządzanie procesem publikacji treści w mediach cyfrowych, ustalanie priorytetów kanałów i platform. Cross-platformowa dystrybucja. Reklama płatna i organiczna. Analiza efektywności promocji (Google Analytics, Hootsuite, Buffer). Współpraca z influencerami.
Dla specjalności: Grafika cyfrowa i kreacje multimedialne		
Design w mediach cyfrowych	KCiMK_W04 KCiMK_W07 KCiMK_W08 KCiMK_U02 KCiMK_U05	Zasady kompozycji, kolorystyki, typografii, proporcji i harmonii wizualnej w mediach cyfrowych. Tworzenie intuicyjnych i estetycznych interfejsów dla aplikacji mobilnych i stron internetowych. Zasady projektowania dostosowanego do różnych urządzeń (mobile-first design, design adaptacyjny). Wykorzystanie nowoczesnych narzędzi do projektowania (Adobe XD, Figma, InVision - praca z narzędziami do prototypowania i projektowania interfejsów).
Infografika i prezentacje multimedialne	KCiMK_W04 KCiMK_W05 KCiMK_W07	Zasady wizualizacji danych, dobór odpowiednich form i stylów prezentowania informacji graficznie.

	KCiMK_W08 KCiMK_U02 KCiMK_U05	Narzędzia do tworzenia infografik (Adobe Illustrator, Canva, Piktochart). Praktyczne wskazówki dotyczące projektowania slajdów w PowerPoint, Google Slides, Prezi. Techniki angażowania odbiorców poprzez narrację w prezentacjach, wykorzystywanie multimediów do wzmacniania przekazu. Interaktywne elementy w prezentacjach.
Storytelling i narracja w mediach cyfrowych	KCiMK_W04 KCiMK_W07 KCiMK_W08 KCiMK_U02 KCiMK_U05	Elementy narracji (wprowadzenie, konflikt, kulminacja, zakończenie), struktura opowieści w mediach cyfrowych. Tworzenie spójnych opowieści przy pomocy obrazów, grafik, wideo o multimediów. Projektowanie narracji angażujących odbiorcę (interaktywne filmy, gry, kampanie reklamowe). Personalizacja narracji w oparciu o dane.
Ilustracja cyfrowa	KCiMK_W04 KCiMK_W05 KCiMK_W07 KCiMK_U02	Zasady kompozycji, perspektywy, cieniowania, koloru i kształtu w ilustracji cyfrowej. Narzędzia do tworzenia ilustracji cyfrowych (Adobe Photoshop, Illustrator, CorelDraw, Procreate). Techniki ilustracyjne (ilustracje wektorowe i rastrowe, malowanie cyfrowe, tworzenie postaci elementów tła). Stylizowanie i personalizacja ilustracji. Ilustracja w kampaniach reklamowych.
Animacja cyfrowa i projektowanie efektów wizualnych	KCiMK_W04 KCiMK_W05 KCiMK_W07 KCiMK_U02 KCiMK_U05	Zasady ruchu, timing, kluczowanie animacji, interpolacja, zrozumienie dynamiki ruchu w animacji 2D i 3D. Narzędzia do animacji i efektów wizualnych (Adobe After Effects, Blender). Tworzenie animacji 2D oraz animacji 3D. Efekty specjalne w kampaniach marketingowych.
Projektowanie multimedialnych kampanii marketingowych	KCiMK_W04 KCiMK_W06 KCiMK_W08 KCiMK_U02 KCiMK_U04 KCiMK_U05 KCiMK_U11 KCiMK_K02	Zasady planowania, budowania strategii i realizacji kampanii marketingowych w mediach cyfrowych. Łączenie treści tekstowych, graficznych, wideo, infografik, animacji i interaktywność w kampaniach marketingowych. Segmentacja odbiorców i targetowanie. Rodzaje narzędzi w marketingu cyfrowym (Google Ads, Facebook Ads, HubSpot, Mailchimp). Analityka kampanii multimedialnych.

IV. PRZYPORZĄDKOWANIE KIERUNKU STUDIÓW DO DYSZYCYPLIN NAUKOWYCH

L.p.	Dyscypliny naukowe	% PUNKTÓW ECTS
1.	Nauki o komunikacji społecznej i mediach	100
2.		
3.		

V. 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 50
	STUDIA NIESTACJONARNE N/D
łączna liczba punktów ECTS przyporządkowana zajęciom kształtującym umiejętności praktyczne	STUDIA STACJONARNE 90,6
	STUDIA NIESTACJONARNE 90,6
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	7
łączna liczba punktów ECTS przyporządkowana zajęciom do wyboru	68
łączna liczba punktów ECTS przyporządkowana praktykom zawodowym/zajęciom praktycznym	480
Wymiar zajęć z wychowania fizycznego	STUDIA STACJONARNE Nie dotyczy

VI. WYMIAR, ZASADY I FORMY ODBYWANIA PRAKTYK ZAWODOWYCH

Wymiar: 480 godzin praktyk zawodowych.

Student wyznaczoną liczbę godzin (łącznie) 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.

**VII. SPOSOBY WERYFIKACJI I OCENY EFEKTÓW UCZENIA SIĘ OSIĄGANÝCH PRZEZ STUDENTA
W TRAKCIE CAŁEGO CYKLU KSZTAŁCENIA DLA DANEGO KIERUNKU STUDIÓW**

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 (<i>case study</i>)	x	x	
Raport, sprawozdanie z zadania terenowego	x	x	
Zadania praktyczne		x	x
Samodzielne rozwiązywanie zadań		x	x
Aktywny udział w zajęciach		x	x
Obserwacja studentów przez nauczyciela akademickiego		x	x
Praca dyplomowa	x	x	x
Praca magisterska	x	x	x
Egzamin dyplomowy	x	x	x

Formy i metody prowadzenia zajęć oraz kryteria oceny i jej składowe dla poszczególnych zajęć określa karta przedmiotu.