



**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	2025/2026	

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 multimedialnych 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 multimedialnych. 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 DYSZYPLIN 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 50
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.