



**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

Rok akademicki 2025/2026

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 4570 h	Studia niestacjonarne 4510 h
Tytuł zawodowy nadawany absolwentom	licencjat	
Wymiar praktyk zawodowych	960 h	
Język prowadzenia studiów	polski	
Rok rozpoczęcia cyklu kształcenia	2025/2026	

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 języku ojczystym jak i obcym); samodzielnie przygotować tekst/pracę naukową, omówić założenia ideowe tej pracy oraz poddać dyskusji/krytyce wyniki przeprowadzonych badań	P6S_UK P6S_UW

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 rozstrzygania 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

ZAJĘCIA LUB GRUPY ZAJĘĆ	ODNIESIENIE DO KIERUNKOWYCH EFEKTÓW UCZENIA SIĘ	TREŚCI PROGRAMOWE
Wprowadzenie do komunikacji społecznej	MG_W03 MG_W06 MG_U02 MG_U03 MG_U011 MG_K01 MG_K02 MG_K03	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 - widowiska - oddziaływanie mediów Komunikowanie międzynarodowe i międzykulturowe Projekt własnego komunikatu społecznego.
Wprowadzenie do marketingu wizualnego	MG_W02 MG_W03 MG_W05 MG_U03 MG_U010 MG_K03	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.
Społeczny i techniczny wymiar cyberprzestrzeni	MG_W02 MG_W03 MG_U07 MG_U011 MG_K02 MG_K05	Nauka wywierania wpływu poprzez obraz w sztuce i mediach. Propaganda. Zarządzanie emocjami społecznymi. Analiza reklamy Społeczny dowód słuszności. Zjawisko Fake news.
Podstawy fotografii	MG_W01 MG_W04 MG_U010	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.
Kultura masowa i audiowizualna	MG_W03 MG_W06 MG_W08 MG_U02 MG_U07 MG_U13 MG_K03	Od kultury masowej do kultury popularnej; Kultura komunikacji wizualnej; Historia telewizji. Cechy telewizji; Film w popkulturze; Kultura popularna a tożsamość narodowa i etniczna; Gra wideo jako element kultury masowej; Etyka a gry wideo.
Kulturowe konteksty sztuki i mediów	MG_W03 MG_W06 MG_U02 MG_U07 MG_U13 MG_K03	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.
Podstawy Grafiki cyfrowej	MG_W01 MG_U01 MG_U02 MG_U04 MG_U05 MG_U17 MG_K01	Historia i znaczenie grafiki w obszarze sztuk. Od projektu cyfrowego po zagadnienia wydruku/poligrafia cyfrowa; Terminologia związana z drukiem tradycyjnym i cyfrowym. Zagadnienia poligraficzne.
Warsztaty komunikacji i prezentacji	MG_W01 MG_W03 MG_W05 MG_W06 MG_U03 MG_U04 MG_U07 MG_U10 MG_U15 MG_U17 MG_K01	Nabycie podstawowych kompetencji interpersonalnych; Komunikacji werbalnej. Projektowanie pomocy wizualnych do prezentacji; Etyka i etykieta komunikacji; Autoprezentacja; Prezentacje – zaliczenie projektu.
Podstawy rysunku tradycyjnego	MG_W01 MG_W03 MG_W05 MG_U05	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; Dominanta w kompozycji.
Zarządzanie projektem wdrożeniowym	MG_W02 MG_U07 MG_U11 MG_U14 MG_U15 MG_U16 MG_K05	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
Wprowadzenie do studiów	MG_W06 MG_U13 MG_K05	Zaznajomienie studentów z celami i efektami kształcenia na kierunku MiGK; objaśnienie, regulaminu studenta WSB w Gdańsku; zaznajomienie studenta z infrastrukturą uczelni.
Podstawy zarządzania	MG_W07 MG_U14 MG_K01 MG_K04	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
Typografia	MG_W01 MG_U03 MG_U04 MG_U05 MG_U06 MG_K02	Zarys historii pisma. Funkcja litery. Rodzaje znaków literniczych. Historia pisma łacińskiego. Kapitała rzymska. Projekt do realizacji: cyfrowa kompozycja typograficzna.
Retoryka wizualna	MG_W01 MG_W03 MG_W05 MG_W06 MG_U03 MG_U04 MG_U07 MG_U10 MG_U15 MG_U17 MG_K01	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.
Metody pisanie prac projektowych	MG_U17 MG_U18 MG_K01 MG_K03	Zaznajomienie z zasadami realizowania prac projektowych i pisemnych oraz prawidłowego tworzenia dokumentacji. Etapy pracy projektowej Rozpoznanie literaturowe Tworzenie narzędzia badawczego Tworzenie dokumentacji
Grafika warsztatowa	MG_W01 MG_W03 MG_U03 MG_U05 MG_U10 MG_K01	Druk wypukły, linoryt, wykonanie projektu. Techniki druku wypukłego i ich charakterystyka - omówienie i ćwiczenie projektowe Projekt 1: interpretacja powiedzenia Projekt 2: ekslibris
Projektowanie stron internetowych	MG_W01 MG_W03 MG_W04 MG_U01 MG_U08 MG_U10 MG_K03	Rodzaje stron www (blogi, galerie, sklepy internetowe, fora); Hosting. Usługa domenowa; Projektowanie graficzne strony internetowej; Projekt samodzielny. Ocena jakości stron – UX.
Rysunek tradycyjny	MG_W01 MG_W03 MG_W05 MG_U05 MG_U10 MG_U13 MG_K02	Wprowadzenie do zagadnień związanych z kompozycją obrazu. Obrazy cyfrowy a obraz tradycyjny – analiza porównawcza; Praktyka rysunku studyjnego/martwa natura.
Fotografia cyfrowa	MG_W01 MG_U01 MG_U04	Rodzaje obrazów cyfrowych w fotografii, zaawansowane techniki fotograficzne. Aranżacja planu zdjęciowego w warunkach praktycznych.

	MG_U17 MG_K01	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
Kulturowe konteksty sztuki i mediów	MG_W03 MG_W06 MG_U02 MG_U07 MG_U13 MG_K01 MG_K02	Definicja sztuki. Krótki kurs historii sztuki. Rola sztuki w życiu jednostki i społeczeństwa. Media – pojęcie, historia, ewolucja. Media tradycyjne i media cyfrowe.
Socjotechniki w mediach	MG_W02 MG_W03 MG_W05 MG_W06 MG_U02 MG_U11 MG_U13 MG_U15 MG_U16 MG_U18 MG_K02	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.
Fotografia jako komunikacja wartości	MG_W01 MG_U01 MG_U03 MG_U04 MG_K01 MG_K03	Fotografia historia i znaczenie. Reportaż i dokumentacja fotograficzna. Style narracyjne w fotografii.
Aplikacje i komunikacja w internecie	MG_W04 MG_W06 MG_U08 MG_U09 MG_U13 MG_K03 MG_K04 MG_K05	Przekazanie studentom praktycznej wiedzy niezbędnej do stworzenia i utrzymania serwisu internetowego – rozumianego jako forma komunikacji medialnej.
Język obcy	MG_U12 MG_U19	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.
Narzędzia Grafiki Cyfrowej	MG_W01 MG_U03 MG_U04 MG_U06 MG_U10 MG_K03	Podstawowe narzędzia pakietu Adobe Ai, Adobe Ps, Stworzenie samodzielnie projektu wielowarstwowego łączącego zagadnienia związane z formatowaniem txtu oraz stylizacją obrazu cyfrowego.
Podstawy sztuki komiksu	MG_W01 MG_W03 MG_W06 MG_W08 MG_U01	Wprowadzenie - komiks jako forma sztuki. Komiks jako opowieść. Komiks jako technika ilustracyjna. Rola komiksu w mediach – od Puncha po czasy współczesne.

	MG_U03 MG_U04 MG_U05 MG_U06 MG_U10 MG_U13 MG_K02 MG_K03	Historia komiksu. Warsztaty praktyczne komiksu z użyciem technik rysunkowych i cyfrowych.
Komiks jako medium społeczne	MG_W01 MG_W03 MG_W08 MG_U03 MG_U06 MG_U15 MG_U17 MG_K02 MG_K03	Historia komiksu. Komiks europejski a komiks amerykański i komiks azjatycki. Kulturowe miejsce powieści graficznej. Komiks erotyczny. Komiks a reklama.
Zaawansowane techniki grafiki warsztatowej	MG_W01 MG_W03 MG_U03 MG_U05 MG_U10 MG_K01 MG_K02	Techniki druku wklęsłego i ich charakterystyka: suchoryt i akwaforta;
Praktyka zawodowa	MG_W02 MG_W03 MG_W05 MG_W08 MG_U03 MG_U04 MG_U06 MG_U08 MG_U15 MG_U17 MG_U18 MG_K02 MG_K05	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 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.
Wychowanie fizyczne	MG_K05	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
Komunikacja w czasach społeczeństwa wizualnego	MG_W03 MG_W04 MG_W05 MG_W06 MG_U10 MG_U13 MG_K04	Kulturowe różnice komunikacyjne. Komunikacja społeczna z użyciem Internetu i serwisów społecznościowych. Komunikacja zaangażowana społecznie a komunikacja marketingowa.
Tworzenie marki	MG_W02 MG_W05 MG_U01 MG_U04 MG_U05 MG_K03	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
Projektowanie strategii marketingowych i medialnych	MG_W02 MG_W03 MG_W05 MG_W06 MG_U03 MG_U06 MG_U08 MG_U10 MG_U14 MG_U15 MG_U16 MG_K03	Istota i elementy strategii marketingowej. Strategia marketingowa jako część strategii firmy. Formułowanie strategii marketingowej. Elementy strategii marketingowej. Prowadzenie kampanii w mediach społecznościowych
Symbol wizualny i jego rola w kulturze	MG_W01 MG_W04 MG_U07 MG_U11 MG_U17 MG_K02	Definicja symbolu. Krótki kurs historii sztuki. Rola symbolu w życiu jednostki i społeczeństwa.
Zaawansowane narzędzia grafiki cyfrowej	MG_W03 MG_W04 MG_W05 MG_U02 MG_U04 MG_U06 MG_U15 MG_U17	Różnice między grafiką rastrową a wektorową; Typografia w Illustratorze; Zaawansowane techniki rysowania; Projektowanie logotypów; Tworzenie efektów specjalnych.
Zarządzanie projektem medialnym	MG_W02 MG_W03 MG_W05 MG_W06	Cechy charakterystyczne projektów medialnych Standardy zarządzania (zarządzanie integracją, zakresem, czasem, kosztami, jakością, zasobami ludzkimi,

	MG_U03 MG_U04 MG_U06 MG_U08 MG_U10 MG_U14 MG_U15 MG_U16 MG_K03	komunikacją, ryzykiem, zamówieniami, zaangażowaniem interesariuszy) Opracowanie wybranych założeń projektu medialnego zgodnie ze wybranymi standardami np. PMI/PMBOK
Projekt wdrożeniowy	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	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.
Grafika reklamowa	MG_W04 MG_W08 MG_U03 MG_U04 MG_U05 MG_K02	Podstawy multimediiów. Grafika wektorowa i rastrowa. Podstawy tworzenia sygnału graficzne i elementów identyfikacji wizualnej
Podstawy prawa dla grafików	MG_U09 MG_K04	Obowiązująca podstawa prawna prowadzenia działalności gospodarczej. Geneza obowiązujących praw autorskich. Prawa autorskie. Prawo własności intelektualnej.
Przygotowanie studenta do rynku pracy	MG_W06 MG_U13 MG_U14 MG_U15 MG_U16 MG_U17	Pojęcie i znaczenie planowania kariery zawodowej; Rozwój kariery i konsekwencje w życiu osobistym i zawodowym; Zmiany na rynku pracy; Mobilność międzynarodowa, geograficzna i zawodowa
Podstawy przedsiębiorczości w mediach	MG_W07 MG_W08 MG_U13 MG_U14 MG_K04	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.
Budowa portfolio	MG_W02 MG_W03 MG_W04 MG_W06 MG_W07 MG_U03 MG_U04 MG_U05 MG_U07	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_U10 MG_K05	
Etyka w komunikacji medialnej	MG_W08 MG_U13 MG_U18 MG_K02	Pojęcie etyki i komunikacji medialnej Koncepcje etyczne Pojęcie fake newsa, prawdy, postprawdy i obiektywizmu Konteksty kulturowe w etyce Granice wolności w komunikacji medialnej
Podstawy projektowania graficznego	MG_W01 MG_U03 MG_K04	Obraz i litera Kolor i struktura Edycja analogowa i cyfrowa Kompozycja.
Infografika	MG_W05 MG_U03 MG_U07 MG_U17 MG_K04	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
Projektowanie identyfikacji wizualnej	MG_W05 MG_U04 MG_U16 MG_K02	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
Wizualne aspekty reklamy komercyjnej	MG_W03 MG_W02 MG_U03 MG_U07 MG_U13 MG_U11 MG_U14 MG_K01	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.
Reklama społeczna	MG_W01 MG_W03 MG_U03 MG_U11 MG_K01 MG_K03	Historia i definicje reklamy społecznej Społeczny marketing-mix (4P) a miejsce w nim reklamy społecznej Partnerstwo jako 5P w marketingu społecznym Reklama pogranicza – komercyjność a cel społeczny (przykłady reklam pogranicza) Reklama społeczna niskobudżetowa – wybrany casus Perswazja w reklamie społecznej Reklama społeczna a konstruowanie zmiany Pedagogiczna funkcja reklamy społecznej Elementy analityczne niezbędne w procesie analizy i tworzenia reklamy społecznej Skuteczność reklamy społecznej – czy i jak ją badać oraz co może o niej decydować? Reklama społeczna jako opowiadanie obrazem - jak badać komunikację wizualną w reklamie społecznej?
Warsztaty wideo	MG_W01 MG_W03 MG_U03	Nauka programu Adobe Premiere Nauka łączenia ze sobą planów. Prezentacja nietypowych rozwiązań montażu na przykładach teledysków.

	MG_U10 MG_K03	Montaż wideo teledysku Korekty
Fotografia produktowa i reklamowa	MG_W01 MG_W01 MG_W04 MG_W05 MG_W07 MG_W08 MG_U01 MG_U03 MG_U08 MG_U03 MG_U04 MG_U16 MG_K02 MG_K03	Wprowadzenie do fotografii produktowej: Definicja, historia oraz zastosowanie w biznesie i reklamie. Wybór odpowiedniego sprzętu: Rodzaje aparatów, obiektywów i ich zastosowanie w fotografii produktowej. Podstawy oświetlenia w fotografii produktowej: Rodzaje światła, ich charakterystyka, techniki oświetleniowe oraz ich wpływ na prezentację produktu. Kompozycja i kadrowanie produktu: Reguły kompozycji, umieszczanie produktu w kadrze, korzystanie z głębi ostrości. Tło i jego znaczenie: Wybór odpowiedniego tła, techniki jego przygotowania oraz manipulacja tłem w postprodukcji. Stylizacja produktu: Przygotowanie produktu do sesji, akcesoria dodatkowe, techniki stylizacyjne. Fotografia produktów trudnych: Przedstawienie technik fotografowania produktów odbłaskowych, przezroczystych oraz o skomplikowanych kształtach. Podstawy retuszu produktowego: Wprowadzenie do postprodukcji w programach graficznych, podstawowe techniki retuszu oraz poprawa jakości zdjęć. Rodzaje fotografii reklamowej, kanały umieszczania fotografii reklamowej. Społeczne oddziaływanie fotografii reklamowej. Wykorzystanie technik cyfrowych oraz pracy zespołowej przy realizacji kampanii reklamowych
Społeczny wymiar fotografii	MG_W01 MG_W02 MG_W03 MG_W06 MG_U01 MG_U03 MG_U07 MG_U10 MG_U15 MG_U17 MG_K01 MG_K02 MG_K03	Historia Fotografii Społecznej Rozwój i ewolucja fotografii jako narzędzia społecznego dokumentu. Kluczowi przedstawiciele i ich wkład w fotograficzne spojrzenie na społeczeństwo. Techniki Fotograficzne w Kontekście Społecznym Techniki Reporterskie Fotografia uliczna i dokumentalna. Znaczenie chwili decydującej w uchwyceniu sytuacji. Portret Społeczny Tworzenie portretów, które oddają charakter i historię jednostek w kontekście społecznym. Wykorzystanie fotografii jako narzędzia aktywizmu społecznego. 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. Planowanie, realizacja i prezentacja projektów związanych z ważnymi kwestiami społecznymi. Wybór i umiejętne opracowywanie społecznych tematów fotograficznych. Umiejętność skutecznej prezentacji prac fotograficznych. Aktywne uczestnictwo w dyskusji na temat społecznych wymiarów fotografii.
Fotografia specjalna i prasowa	MG_W01 MG_W03 MG_W06 MG_U03 MG_U04	Fotografia specjalna: efekty specjalne, charakteryzacja, sposoby uzyskiwania efektów specjalnych. Rola i znaczenie efektów specjalnych. Retusz analogowy i retusz cyfrowy. Manipulacje obrazem.

	MG_U16 MG_K02	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
Wybrane zagadnienia mediów i sztuki współczesnej	MG_W01 MG_W03 MG_W06 MG_U01 MG_U04 MG_U05 MG_K01 MG_K03	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
Zaawansowane projektowanie stron internetowych	MG_W01 MG_W04 MG_U02 MG_U03 MG_K02 MG_K03	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
Projektowanie Visual novels	MG_W01 MG_W03 MG_W02 MG_U03 MG_U04 MG_K02	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
Animacja klasyczna i cyfrowa	MG_W01 MG_W04 MG_U03 MG_U05 MG_K04	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
Społeczne aspekty projektowania przestrzeni	MG_W01 MG_W06 MG_U07 MG_U14 MG_U17 MG_K01 MG_K02	Sposoby wyrażenia przestrzeni w formie abstrakcyjnej. Zasady i wartości estetyczne kształtujące przestrzeń miejską. Wpływ architektury na percepcję i doświadczenie przestrzeni społecznej.
Historia i rodzaje gier komputerowych	MG_W03 MG_W06 MG_W08 MG_U18 MG_K03	Definicja gier komputerowych. Wpływ gier na kulturę masową i społeczeństwo. Technologie w grach komputerowych Gry wieloosobowe i społeczność graczy Prawo i regulacje dotyczące gier komputerowych
Metody produkcji gier wideo	MG_W04 MG_U02 MG_U04 MG_U14 MG_K02 MG_K03	Wprowadzenie do procesu produkcji gier wideo Etapy produkcji gier wideo Silniki gier wideo i narzędzia produkcyjne Dźwięk i muzyka w grach wideo Testowanie gier wideo Zarządzanie projektem w produkcji gier Dystrybucja i marketing gier wideo

Tworzenie scenariusza gry video	MG_W02 MG_W08 MG_U03 MG_U06 MG_U11 MG_U15 MG_U17 MG_K01	Wprowadzenie do scenariopisarstwa w grach wideo Tworzenie bohaterów i postaci w grze Struktura narracyjna i projektowanie fabuły Tworzenie dialogów i interakcji Zastosowanie elementów multimedialnych w narracji Zastosowanie elementów multimedialnych w narracji Adaptacja tradycyjnych narracji do gier wideo
Gamifikacja	MG_W07 MG_U07 MG_U08 MG_U10 MG_K03	Historia i rozwój gamifikacji Elementy gamifikacji w grach wideo Mechanizmy motywacyjne w gamifikacji Przykłady gamifikacji w różnych gatunkach gier Gamifikacja a lojalność użytkowników Testowanie i analiza systemów gamifikacyjnych
Oprogramowanie obiektów 3D	MG_W01 MG_U02 MG_U04 MG_U09 MG_K03	Tworzenie obiektów organicznych i nieorganicznych Teksturowanie i mapowanie Oświetlenie i cieniowanie w 3D Rigging i animacja postaci Symulacje fizyczne w oprogramowaniu 3D Tworzenie scen 3D i kompozycja
Animacja w grach	MG_W03 MG_U04 MG_U09 MG_U10 MG_U13 MG_U17 MG_K03	Różnice między animacją 2d i 3d Rigging i skinning w animacji 3D Techniki animacji key frame i motion capture Animacja ruchu postaci Animacja twarzy i ekspresji emocjonalnych Animacja środowiska i efektów specjalnych
Modelowanie postaci 3D	MG_W01 MG_U01 MG_U02	Tworzenie i modyfikowanie zaawansowanych modeli postaci. Praca z osiami czasu, kamerą i oświetleniem.
Animacja 3 D	MG_W01 MG_W02 MG_U01 MG_U02 MG_U03 MG_K02 MG_K03	Obsługa programu Blender, w tym poruszanie się w przestrzeni 3D, tworzenie animacji i rigging postaci, a także renderowanie i prezentację projektów. Zastosowanie zaawansowanych technik animacji oraz metod optymalizacji scen 3D do efektywnego renderowania i interakcji.
Concept art w branży gier i wideo	MG_W01 MG_W03 MG_U01 MG_U03 MG_U09 MG_K03	Rola w branży gier i filmów, analiza stylów artystycznych, przykłady profesjonalnych prac. Generowanie pomysłów, szkicowanie postaci, środowisk i obiektów, iteracje projektowe. Cyfrowe i tradycyjne techniki, wykorzystanie światła, cieni i tekstur. Tworzenie unikalnych postaci, immersyjnych światów i narracji wizualnej.

IV. 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

A) 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 97,6
	STUDIA NIESTACJONARNE 97,8
Łączna liczba punktów ECTS przyporządkowana zajęciom kształtującym umiejętności praktyczne	151,3 ST
	152 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

V. 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.

**VI. 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 (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
Egzamin dyplomowy	x	x	x

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