

OGÓLNE INFORMACJE O KIERUNKU STUDIÓW

Obowiązuje od roku akad. 2025-2026

1.	Nazwa kierunku studiów	Media, Visual and Social Communication
2.	Poziom studiów	studia pierwszego stopnia
3.	Profil studiów	ogólnoakademicki
4.	Forma lub formy studiów	studia stacjonarne
5.	Liczba semestrów	6
6.	Liczba punktów ECTS konieczna do ukończenia studiów na danym poziomie	180
7.	Tytuł zawodowy	licencjat
8.	Przyporządkowanie kierunku studiów do dziedziny nauki i dyscypliny naukowej lub artystycznej, (określenie procentowego udziału w przypadku przyporządkowania kierunku studiów do więcej niż jednej dyscypliny oraz wskazanie dyscypliny wiodącej, w ramach której będzie uzyskiwana ponad połowa efektów uczenia się)	Dyscyplina wiodąca: Dziedzina nauk humanistycznych: Językoznawstwo: 110 pkt. ECTS - 61 % Pozostałe dyscypliny: Dziedzina sztuki: Sztuki plastyczne i konserwacja dzieł sztuki: 30 pkt. ECTS - 17 % Dziedzina nauk społecznych: Nauki o komunikacji społecznej i mediach: 40 pkt. ECTS - 22 % Ogółem: 100%
9.	Różnice w stosunku do innych programów o podobnie zdefiniowanych celach i efektach uczenia się, prowadzonych w Uczelni i przypisanych do tej samej dyscypliny	Kierunek <i>Media, Visual and Social Communication</i> ma na celu przygotowanie absolwentów do wielu różnych ścieżek kariery w dziedzinie komunikacji, mediów i projektowania. Oferuje interdyscyplinarne podejście, międzynarodową perspektywę i praktyczne doświadczenie , co stanowi solidną podstawę dla przyszłych zawodowców w tych dziedzinach.

	Program kierunku <i>Media, Visual and Social Communication</i> jest prowadzony w całości w języku angielskim, integruje treści i metody z różnych dziedzin nauki i wiedzy, a przez to przekracza tradycyjne granice między dyscyplinami i pozwala studentom zdobywać bardziej wszechstronną i holistyczną wiedzę. Program interdyscyplinarny pozwala studentom połączyć wiedzę i umiejętności z różnych dziedzin, co pozwala na tworzenia nowatorskich rozwiązań i podejść do problemów. Takie kształcenie zachęca do pracy w zespołach z osobami o różnych zainteresowaniach, co przygotowuje studentów do pracy w rzeczywistym świecie, gdzie wielodyscyplinarność jest coraz bardziej ceniona oraz promuje innowacyjne myślenie i podejście do problemów. Kierunek ten obejmuje zróżnicowaną gamę przedmiotów i kursów, umożliwiając studentom odkrywanie różnych aspektów komunikacji, od językoznawstwa po tworzenie treści cyfrowych. Oto przegląd kluczowych komponentów: – Językoznawstwo: badanie socjolingwistyki, psycholingwistyki zajęcia z zakresu stylistyki oraz języka i technologii. – Studia artystyczne: kursy z zakresu zasad projektowania, badań projektowych, tworzenia treści cyfrowych i audiowizualnych form komunikacji. – Studia nad komunikacją i mediami: kompleksowa eksploracja teorii komunikacji, komunikacji werbalnej i niewerbalnej, dialogu międzykulturowego oraz języka mediacji i rozwiązywania konfliktów. – Praktyczne doświadczenie: kursy zapewniające praktyczne umiejętności w zakresie zarządzania projektami, marketingu, budowania marki osobistej oraz umiejętności badawczych i prezentacji. – Biegłość językowa: Rozwój umiejętności językowych, w tym perswazji, public relations i wystąpień publicznych, a także języka akademickiego. – Przedmioty fakultatywne: studenci mają możliwość wyboru spośród wielu przedmiotów fakultatywnych, takich jak językoznawstwo,
--	--

		semiotyka, stosunki międzynarodowe, strategie komunikacji politycznej, adaptacja i elementy polonistyki. – Capstone Project i Seminarium: projekt na zasadach pracy dyplomowej oraz seminarium w formie artykułu naukowego. W Uczelni brak jest programu o zdefiniowanych takich samych celach i efektach uczenia się. Różnice w odniesieniu do innych kierunków prowadzonych na Uczelni, przypisanych do tych samych dyscyplin polegają na tym, że: - program kładzie większy nacisk na rozwój specjalistycznych umiejętności związanych z komunikacją medialną, wizualną oraz społeczną, takich jak projektowanie graficzne, produkcja mediów cyfrowych, czy analiza treści. - kierunek promuje kreatywne podejście do rozwiązywania problemów związanych z komunikacją społeczną i medialną oraz zachęca do innowacyjnych podejść w projektowaniu i realizacji działań komunikacyjnych, - kierunek kładzie duży nacisk na rozwój umiejętności interpersonalnych, negocjacyjnych oraz pracy w zespołach projektowych, - do współpracy angażowani są praktycy i eksperci z branży mediów i komunikacji, co wzbogaca treści programowe i sposób nauczania, - program rozwija praktyczne umiejętności, pozwala na zbudowanie portfolio, którego zwieńczeniem jest projekt dyplomowy.
10.	Opis sylwetki absolwenta obejmujący opis ogólnych celów kształcenia oraz możliwości zatrudnienia i kontynuacji studiów	Absolwent kierunku <i>Media, Visual and Social Communication</i> będzie posiadać szereg kompetencji, które umożliwią mu skuteczną pracę w różnych dziedzinach związanych z komunikacją, mediami i projektowaniem. – Kompetencje badawcze – absolwent kierunku będzie umiał przeprowadzać badania, analizować dane i wyciągać wnioski na podstawie zebranych informacji. To umożliwi mu podejmowanie świadomych decyzji i tworzenie skutecznych strategii komunikacyjnych.

		– Kompetencje interpersonalne – absolwent posiada zdolność do pracy w zespole, współpracy z różnymi grupami społecznymi oraz skutecznego budowania relacji międzyludzkich. – Kompetencje komunikacyjne w zakresie języka angielskiego – po ukończeniu studiów na kierunku absolwent będzie potrafił posługiwać się językiem angielskim w sposób płynny i precyzyjny zarówno w mowie, jak i w piśmie. Język angielski będzie narzędziem, które pozwoli mu przekazywać swoje pomysły, przekonania i informacje w sposób zrozumiały dla różnorodnych grup odbiorców. Biegła znajomość języka angielskiego otworzy przed absolwentem drzwi do globalnego środowiska biznesowego, umożliwiając mu pracę w międzynarodowych korporacjach, agencjach reklamowych i różnego rodzaju instytucjach. – Kompetencje kulturowe i międzykulturowe – absolwent kierunku będzie rozumiał różnice kulturowe i dostosowywał swoją komunikację do różnych grup społecznych i kultur, co jest istotne w globalnym środowisku. – Kompetencje marketingowe – absolwent będzie rozumiał podstawy marketingu, w tym tworzenie strategii marketingowych, analizę rynku i konkurencji oraz promocję produktów lub usług. – Kompetencje w zakresie projektowania graficznego – absolwent będzie przygotowany do pracy w zakresie sztuki projektowania graficznego, co obejmuje tworzenie koncepcji graficznych komunikatów, logo, plakatów, broszur, ulotek, materiałów reklamowych i innych elementów wizualnych. Będzie posiadał umiejętność wykorzystywania różnych narzędzi graficznych i oprogramowań do tworzenia profesjonalnych projektów. – Kompetencje w dziedzinie projektowania multimedialnych umożliwią absolwentowi kierunku współtworzenie interaktywnych i wielomedialnych materiałów i funkcjonowanie w zespole złożonym z przedstawicieli różnych profesji. – Kompetencje w obszarze analizy i interpretacji treści – absolwent kierunku będzie umiał krytycznie ocenić treści medialne i komunikacyjne, rozumieć ich kontekst i wpływ na odbiorców. – Kompetencje w zakresie etyki i prawa medialnego – absolwent kierunku będzie świadomy etycznych kwestii związanych
--	--	---

		z komunikacją i mediami, będzie znał i rozumiał zasady prawa autorskiego i odpowiedzialnego korzystania z treści. – Kompetencje w zakresie korzystania z mediów społecznościowych stanowią istotny element kompetencji absolwenta kierunku, zwłaszcza w kontekście dzisiejszego świata cyfrowego i zglobalizowanego społeczeństwa. Obejmują one zestaw umiejętności i wiedzy, które pozwalają na skuteczne zarządzanie, wykorzystywanie i komunikowanie się poprzez różne platformy mediów społecznościowych. – Kompetencje w zakresie zarządzania projektami – absolwent kierunku będzie umiał planować, organizować i zarządzać projektami komunikacyjnymi. To ważne w kontekście skutecznego wdrażania strategii i kampanii reklamowych i działań różnego rodzaju przedsiębiorstw. – Kompetencje w zakresie komunikacji społecznej – absolwent tego kierunku będzie posiadał zaawansowaną wiedzę w zakresie komunikacji społecznej, będzie potrafił analizować procesy komunikacyjne, identyfikować grupy docelowe i dostosowywać przekazy do konkretnych odbiorców. Możliwości zatrudnienia Absolwent kierunku <i>Media, Visual and Social Communication</i> będzie posiadał szerokie spektrum kompetencji, które pozwalają mu pracować w różnych dziedzinach i zawodach zarówno w polskich, jak i międzynarodowych firmach. – Copywriter lub Content Manager zajmujący się tworzeniem treści reklamowych, artykułów, blogów, oraz treści na strony internetowe i media społecznościowe. – Grafik lub projektant interfejsu użytkownika (UI) tworzący atrakcyjne i funkcjonalne projekty dla stron internetowych, aplikacji mobilnych i innych mediów cyfrowych. – Kierownik projektu w agencji reklamowej odpowiadający za zarządzanie projektami reklamowymi, tworzenie kampanii reklamowych i koordynację działań zespołów kreatywnych. – Projektant graficzny tworzący całościowy контент wizualny na potrzeby przedsiębiorstw branży mediowej i okołomediowej umożliwiający synergię warstwy tekstualnej
--	--	--

		z wizualną z punktu widzenia marketingu internetowego. – Specjalista ds. komunikacji korporacyjnej w firmach, agencjach zarządzający komunikacją wewnętrzną i zewnętrzną, oraz zajmujący się tworzeniem treści komunikacyjnych i strategii komunikacji. – Specjalista ds. marketingu tworzący strategie marketingowe, kampanie reklamowe i analizujący wyniki działań marketingowych. – Specjalista ds. mediów społecznościowych zarządzający profilami na platformach społecznościowych, tworzący treści i analizujący efektywności kampanii. – Specjalista ds. organizacji wydarzeń/specjalista w zakresie event marketingu – może organizować konferencje, seminaria, wydarzenia kulturalne i inne imprezy, zarządzać wszystkimi aspektami planowania i realizacji. – Specjalista ds. Public Relations w firmach zajmujących się tworzeniem wizerunku marek lub osób indywidualnych. – Specjalista ds. projektowania, wdrażania i doskonalenia produktów i usług cyfrowych w firmach technologicznych, agencjach interaktywnych, start-upach, a także w działach IT większych przedsiębiorstw. Studia przygotowują absolwenta do podjęcia dalszego kształcenia na studiach drugiego stopnia, prowadzonych w szczególności w naukach humanistycznych i społecznych.
11.	Język prowadzonych studiów	angielski

Przewodniczący Senatu
Uniwersytetu Rzeszowskiego

prof. dr hab. Adam Reich
Rektor

OPIS ZAKŁADANYCH EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

Obowiązuje od roku akademickiego 2025-2026

Nazwa kierunku studiów		Media, Visual and Social Communication
Poziom studiów		studia pierwszego stopnia
Profil studiów		ogólnoakademicki
Opis zakładanych efektów uczenia się dla kierunku studiów, poziomu i profilu kształcenia uwzględnia uniwersalne charakterystyki pierwszego stopnia dla poziomów 6 - 7 określone w ustawie z dnia 22 grudnia 2015 r. o Zintegrowanym Systemie Kwalifikacji (t.j. Dz. U. z 2024 r. poz. 1606) oraz charakterystyki drugiego stopnia dla poziomów 6 – 7 określone w rozporządzeniu Ministra Nauki i Szkolnictwa Wyższego z dnia 14 listopada 2018 r. (Dz. U. z 2018 r., poz. 2218) w sprawie charakterystyk drugiego stopnia efektów uczenia się dla kwalifikacji na poziomach 6 – 8 Polskiej Ramy Kwalifikacji.		
Symbol kierunkowych efektów uczenia się	Kierunkowe efekty uczenia się	Odniesienie do charakterystyk drugiego stopnia PRK*, **
Wiedza: absolwent zna i rozumie		
K_Wo1	w zaawansowanym stopniu kluczowe fakty, zjawiska i pojęcia z obszaru szeroko rozumianej komunikacji	P6S_WG
K_Wo2	w zaawansowanym stopniu główne teorie komunikacji, ich znaczenie i wpływ oraz miejsce wiedzy o komunikacji oraz jej powiązania z innymi naukami	P6S_WG
K_Wo3	w zaawansowanym stopniu wybrane techniki i strategię w komunikacji medialnej, językowej i wizualnej oraz rozróżnia prawidłowo materiały i narzędzia do ich realizacji, jak również klasyfikuje odpowiednie środki wyrazu	P6S_WG, P6S_WG (Sz)
K_Wo4	w zaawansowanym stopniu sposoby oddziaływania treści wizualnych oraz językowych na odbiorcę oraz metody uczenia się i organizowania pracy twórczej	P6S_WG, P6S_WG (Sz)
K_Wo5	w zaawansowanym stopniu powiązania studiowanych dyscyplin w ramach kierunku studiów z innymi dyscyplinami naukowymi	P6S_WG
K_Wo6	zasady etyczne, które powinny kierować pracą mediów i komunikatorów społecznych; rozumie znaczenie dezinformacji, nadużyć czy naruszania prywatności i wpływu mediów na formowanie się opinii publicznej oraz zna metody przeciwdziałania dezinformacji i	P6S_WK

	promowania odpowiedzialnego uczestnictwa w przestrzeni medialnej	
K_Wo7	normy i regulacje prawne dotyczących ochrony własności intelektualnej oraz prawa autorskiego	P6S_WK
K_Wo8	zasady tworzenia kampanii i ich rolę społeczno-ekonomiczną, ma świadomość znaczenia działań twórczych na rzecz interesu publicznego jako różnych form przedsiębiorczości	P6S_WK
K_Wo9	fundamentalne dylematy związane ze zrównoważonym rozwojem w kontekście współczesnej cywilizacji, potrafi analizować ich przyczyny, wzajemne powiązania oraz potencjalne konsekwencje dla różnych obszarów życia społecznego, gospodarczego i środowiskowego	P6S_WK
Umiejętności: absolwent potrafi		
K_Uo1	właściwie określić, dokonać wyboru i wykorzystać rozmaite źródła informacji oraz swobodnie posługiwać się nimi w komunikacji treści, a także dokonywać ich oceny, krytycznej analizy i syntezy zdobytych informacji	P6S_UW
K_Uo2	skonstruować krótkie formy informacyjne (pisemne i ustne), dokonać selekcji zdobywanych informacji, zauważyć i wskazać na zależności między nimi i ich wpływ na procesy społeczne oraz postawy indywidualne odbiorców, wykorzystując w komunikacji z otoczeniem odpowiedni język	P6S_UW
K_Uo3	rozróżniać relacje między rodzajem stosowanej ekspresji artystycznej a niesionym przez nią komunikatem oraz formułować własną wypowiedź w oparciu o reguły percepcji wizualnej, dobierając środki wyrazu zgodnie z własnymi preferencjami i oczekiwaniami odnośnie dzieła oraz nadaje własnym pracom świadomy, indywidualny charakter	P6S_UW P6S_UW (Sz)
K_Uo4	posługiwać się różnymi technikami oraz poznanymi technologiami, narzędziami i aparaturą, które w zależności od złożoności i zadanego problemu odpowiednio dobiera dla realizacji ostatecznej formy językowej, artystycznej i projektowej	P6S_UW, P6S_UW (Sz)
K_Uo5	przedstawić poprawne pod względem językowym i logicznym argumenty na rzecz własnych poglądów, jak i poglądów innych autorów oraz potrafi formułować wnioski z uwzględnieniem kontekstów historycznoliterackich, literaturoznawczych i kulturowych a także brać udział w debacie, przedstawiając i oceniając w trakcie dyskusji różne opinie i stanowiska	P6S_UK

K_Uo6	przygotować wystąpienie, podczas którego w wypowiedzi ustnej lub prezentacji z wykorzystaniem technik multimedialnych przedstawia podstawowe treści naukowe oraz prezentuje własne dokonania badawcze i twórcze, posiadając w tym zakresie kompetencje zarówno merytoryczne, jak i techniczne	P6S_UK, P6S_UK (Sz)
K_Uo7	posługiwać się językiem angielskim na poziomie C1 Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego, w tym różnymi jego rejestrami, a także posługiwać się dodatkowym językiem obcym na poziomie B2 ESOKJ	P6S_UK
K_Uo8	wykorzystać wiedzę z podstaw zarządzania, psychologii i socjolingwistyki do krytycznej analizy komunikacji językowej w kontekście społecznym	P6S_UK
K_Uo9	współdziałać z grupą lub kierownikiem projektu na polu teoretycznym i praktycznym przy planowaniu, organizowaniu oraz realizacji prac zespołowych z uwzględnieniem różnych aspektów komunikacji	P6S_UO
K_U10	wykorzystać wypracowane umiejętności warsztatowe do realizacji własnych koncepcji oraz stosować efektywne techniki ćwiczenia tych umiejętności, umożliwiające ciągły ich rozwój przez samodzielną pracę	P6S_UU P6S_UU (Sz)
Kompetencje społeczne: absolwent jest gotów do		
K_Ko1	uzupełniania własnego warsztatu, umiejętności i wiedzy oraz nieustannego ich aktualizowania	P6S_KK P6S_KK (Sz)
K_Ko2	aktywnego poszukiwania informacji w przypadku nowych problemów oraz dostarczenia najbardziej efektywnego rozwiązania po zasięgnięciu opinii ekspertów	P6S_KK
K_Ko3	promowania otwartego i konstruktywnego dialogu społecznego oraz wyrażania opinii, dowodzenia racji swoich koncepcji artystycznych w publicznym omawianiu projektów, wykazując zdolność konstruowania dyskusji w zakresie naukowych i etycznych warstw pracy twórczej	P6S_KO P6S_KO (Sz)
K_Ko4	przewidywania i tworzenia trendów w budowaniu wizerunku oraz komunikacji poprzez dostosowywanie się do dynamicznych zmian w środowisku medialnym i międzykulturowym	P6S_KO, P6S_KO (Sz)
K_Ko5	planowania i zarządzania projektami oraz budowania relacji i sieci kontaktów w branży, co może sprzyjać współpracy, zdobywaniu klientów czy partnerstwom biznesowym	P6S_KO
K_Ko6	działania w sposób transparentny i zgodny z zasadami prawdy w komunikacji oraz kreowania pozytywnego	P6S_KR

	wizerunku zawodu poprzez wysoką jakość pracy, rzetelność i profesjonalizm	
K_Ko7	poszanowania prywatności, zarówno w tworzeniu treści, jak i w procesach badawczych czy analizie danych	P6S_KR P6S_KR (Sz)
K_Ko8	tworzenia treści i strategii z poszanowaniem zasad równego traktowania i przeciwdziałania dyskryminacji rozumiejąc znaczenie równości, różnorodności i inkluzywności w komunikacji	P6S_KO P6S_KO (Sz)

* W przypadku realizacji programu studiów prowadzącego do uzyskania kompetencji inżynierskich, obok odniesień do charakterystyk efektów uczenia się z I części załącznika, należy uwzględnić odniesienia do charakterystyk efektów uczenia się z części III zakończone określeniem (Inż), np. P6S_WG (Inż)

** W przypadku kierunku studiów przypisanego do dziedziny sztuki, obok odniesień do charakterystyk efektów uczenia się z I części załącznika, należy uwzględnić odniesienia do charakterystyk efektów uczenia się z części II zakończone określeniem (Sz), np. P6S_WG (Sz)

Przewodniczący Senatu
Uniwersytetu Rzeszowskiego

prof. dr hab. Adam Reich
Rektor

CHARAKTERYSTYKA I WARUNKI REALIZACJI PROGRAMU STUDIÓW

Obowiązuje od roku akademickiego 2025-2026

Nazwa kierunku studiów		Media, Visual and Social Communication	
Poziom studiów		studia pierwszego stopnia	
Profil studiów		ogólnoakademicki	
1.	Łączna liczba godzin zajęć	st. stacjonarne	st. niestacjonarne
		1810 + 90 godzin praktyk	-
2.	Liczba punktów ECTS dla poszczególnych dyscyplin w ogólnej liczbie punktów ECTS wymaganych do ukończenia studiów na kierunku	Dyscyplina wiodąca: Językoznawstwo: 110 pkt. ECTS Pozostałe dyscypliny: Sztuki plastyczne i konserwacja dzieł sztuki: 30 pkt. ECTS Nauki o komunikacji społecznej i mediach: 40 pkt. ECTS	
3.	Łączna liczba punktów ECTS, jaką student musi uzyskać w ramach zajęć prowadzonych z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich lub innych osób prowadzących zajęcia	st. stacjonarne	st. niestacjonarne
		9 ²	
4.	Liczba punktów ECTS, jaką student musi uzyskać w ramach zajęć z dziedziny nauk humanistycznych lub nauk społecznych, nie mniejsza niż 5 pkt ECTS – w przypadku kierunków studiów przyporządkowanych do dyscyplin w ramach dziedzin innych niż odpowiednio nauki humanistyczne lub nauki społeczne	nie dotyczy	
5.	Liczba punktów ECTS, jaką student musi uzyskać w ramach zajęć do wyboru (nie mniej niż 30% ogólnej liczby punktów ECTS)	59 pkt. ECTS – 33% Lektorat – 8 pkt. ECTS	

		Seminarium – 14 pkt. ECTS Projekt dyplomowy – 14 pkt. ECTS Blok przedmiotów do wyboru – 23 pkt. ECTS
6.	Liczba godzin zajęć z wychowania fizycznego (w przypadku studiów pierwszego stopnia i jednolitych studiów magisterskich prowadzonych w formie studiów stacjonarnych)	60
7.	Łączna liczba punktów ECTS przypisana do zajęć kształtujących umiejętności praktyczne – dotyczy profilu praktycznego	nie dotyczy
8.	Łączna liczba punktów ECTS przypisana do zajęć związanych z prowadzoną działalnością naukową w dyscyplinie lub dyscyplinach do których przyporządkowany jest kierunek studiów, uwzględniających przygotowanie studentów do prowadzenia działalności naukowej lub udział w tej działalności – dotyczy profilu ogólnoakademickiego	149 pkt. ECTS
9.	Wymiar, zasady i formy odbywania praktyk zawodowych oraz liczba punktów ECTS przypisana do praktyk	Liczba godzin: 90 Czas trwania: jeden semestr (V) Punkty ECTS: 4 Forma zaliczenia: zaliczenie z oceną (ZO) Sposób realizacji oraz warunki przystąpienia do realizacji praktyk: Praktyka zawodowa jest integralną częścią planu studiów. Student realizuje praktykę zawodową w 5 semestrze. Praktyka realizowana jest w przedsiębiorstwach, instytucjach oraz innych podmiotach związanych ze specyfiką kierunku studiów. Praktyka realizowana jest na podstawie porozumienia zawartego pomiędzy Uczelnią a zakładem pracy. Porozumienie to powinno określać, w szczególności: podstawę odbywania praktyki, program praktyki, warunki oraz czas trwania praktyki.

		Praktyka jest realizowana w czasie trwania semestru zimowego w minimalnym wymiarze 90 godzin i nie może kolidować z obowiązkowymi zajęciami dydaktycznymi na uczelni. Nadzór dydaktyczno-wychowawczy oraz organizacyjny nad praktyką na danym kierunku studiów sprawuje koordynator praktyk powołany przez Prorektora ds. Studenckich i Kształcenia na wniosek Dziekana. Bezpośredni nadzór nad przebiegiem praktyki w zakładzie pracy sprawuje kierownik zakładu pracy lub osoba przez niego upoważniona zwana dalej jako instytucjonalny opiekun praktyki. Praktykę zalicza koordynator praktyk poprzez wpisanie oceny do systemu Wirtualna Uczelnia. Niezaliczenie praktyki, zgodnie z programem studiów i planami praktyk traktowane jest jak niezaliczenie semestru. Kwestie związane z realizacją praktyk zostały uregulowane w regulaminie praktyk.
10.	Opis sposobów weryfikacji i oceny efektów uczenia się osiągniętych przez studenta w trakcie całego cyklu kształcenia	Dla wszystkich założonych w programie studiów efektów uczenia się zostały dobrane adekwatne i odpowiednio zróżnicowane metody ich weryfikacji. Uszczegółowienia dotyczące sposobów weryfikacji efektów uczenia się zostały przedstawione w sylabusach przedmiotów. Do najczęściej stosowanych metod należą: cykliczne przeglądy prac, kontrola postępu prac projektowych i korekty prowadzone w trakcie zajęć, uczestnictwo w dyskusji, egzaminy ustne i pisemne, prezentacje, kolokwia oraz dzienniczek praktyk. Zaliczenie danego przedmiotu potwierdza stopień osiągnięcia przez studenta zakładanych efektów uczenia się. Weryfikacja efektów prowadzona jest na

		bieżąco w trakcie zajęć oraz w trakcie końcowego zaliczenia przedmiotu. Kluczowe dla programu efekty uczenia się są również obowiązkowo sprawdzane w ramach egzaminu dyplomowego do którego student przedkłada artykuł naukowy, który powstał w ramach seminarium oraz egzaminu dyplomowego na którym prezentuje pracę dyplomową, którą tworzył w jednej z wybranych przez siebie pracowni.				
11.	Warunki ukończenia studiów	Warunkiem ukończenia studiów jest uzyskanie określonych w programie studiów efektów uczenia się i wymaganej liczby punktów ECTS w liczbie 180, odbycie przewidzianych w programie praktyk, złożenie pracy dyplomowej oraz zdanie z wynikiem pozytywnym egzaminu dyplomowego.				
Warunki realizacji programu studiów						
Lp.	Przedmioty lub grupy przedmiotów *	Kierunkowe efekty uczenia się przypisane do przedmiotów/grup przedmiotów	Liczba godzin		Forma zaliczenia	Liczba pkt ECTS
			st. stacj.	st. niestacj.		
Przedmioty ogólne / Subsidiary subjects						
1.	Foreign language**	K_Uo2, K_Uo7	120 ćw		ZO, E	8
2.	Physical Education	K_Ko1	60 ćw		ZO	0
3.	Information Technology	K_Uo4	15 ćw		ZO	1
4.	Philosophy	K_Wo5	15 w		Z	1
5.	Copyright and Intellectual Property	K_Wo7	20 w		Z	1
6.	Adaptation: Theory and Practice/ Polish Studies**	K_Wo5, K_Uo5	30 w		Z	2
7.	International Relations since 1945 / Political Communication Strategies**	K_Wo5, K_Wo9, K_Uo5	30 w		Z	2

			Σ 195 ćw / 95 w			Σ 15
Grupa przedmiotów podstawowych/ Primary subjects						
8.	English for Specific Purposes	K_Uo2, K_Uo7, K_Ko1	180 ćw		ZO, E	16
9.	Introduction to Sociolinguistics***	K_Wo5, K_Uo8	20 w		Z, E	3
10.	Introduction to Social Psychology***	K_Wo5, K_Uo8	20 w		Z, E	3
11.	Contemporary Global Culture	K_Wo5, K_Wo9, K_Uo5	20 w		Z, E	2
12.	Global understanding	K_Wo1, K_Wo9, K_Uo1, K_Uo9, K_Ko3, K_Ko5, K_Ko8	30 ćw		ZO	3
13.	Marketing Communication	K_Wo5, K_Uo8, K_U10, K_Ko2	30 ćw		ZO	3
14.	Project Management in Media and Communication	K_Wo1, K_Uo4, K_Uo8, K_Uo9, K_U10, K_Ko2, K_Ko5, K_Ko8	60 ćw		ZO	6
15.	Public Relations	K_Wo3, K_Wo8, K_Wo9, K_Uo4, K_Ko4, K_Ko6	15 w		ZO	2
16.	Language and Technology	K_Wo3, K_Wo6, K_Uo2, K_Uo4, K_Ko3, K_Ko8	30 ćw		ZO	2
17.	AI in Media and Communication	K_Wo3, K_Wo6, K_Uo3, K_Uo4, K_Ko8	30 ćw		ZO	2
18.	Academic Writing	K_Wo7, K_Uo2, K_Uo7, K_Ko2	30 ćw		ZO	2
19.	Gender linguistics / Semiotics**	K_Wo3, K_Wo4	30 w		Z	2
			Σ 390 ćw / 105 w			Σ 46
Grupa przedmiotów kierunkowych / Major subjects						
20.	Control of Communication, Censorship, Patronage and Propaganda in Literature and Culture	K_Wo5, K_Wo9, K_Uo5	20 w		Z	1

21.	Social Media Communication	K_Wo1, K_Wo2, K_Wo3, K_Wo6, K_Uo1, K_Uo2, K_Ko3, K_Ko7, K_Ko8	30 ćw		ZO	3
22.	Methods of Media Research	K_Wo3, K_Uo1, K_Ko2	15 w		Z	1
23.	Language of Advertising	K_Wo1, K_Wo3, K_Uo2, K_Ko4	30 ćw		ZO	2
24.	Contemporary Media and Social Media Ethics	K_Wo6, K_Ko6	15 w		Z	1
25.	History and Influence of Modern Art	K_Wo1, K_Uo5	20 w		Z	1
26.	Design Principles	K_Wo1, K_Wo3, K_Uo1, K_Ko4, K_Ko6	30 ćw		Z, E	4
27.	Creativity Workshop	K_Wo3, K_U10	10 ćw		ZO	2
28.	Design Research and Design Thinking	K_Wo4, K_Uo3, K_Ko4	30 ćw		ZO	3
29.	Branding and Visual Identity	K_Wo3, K_Wo6, K_Uo8, K_Ko4, K_Ko7	30 ćw		ZO	3
30.	Digital Workshop	K_Wo3, K_Wo4, K_Uo4, K_U10, K_Ko1	90 ćw		ZO	6
31.	Visual Content Creation	K_Wo8, K_Uo3, K_Uo9, K_Ko3, K_Ko8	60 ćw		ZO	6
32.	Typography and Layout Design	K_Wo4, K_Uo2, K_Uo4, K_Ko1, K_Ko4	45 ćw		ZO, E	3
33.	Audiovisual Forms of Communication	K_Wo3, K_Wo4, K_Uo3, K_Uo4, K_Ko3, K_Ko8	45 ćw		ZO	4
34.	Communication Theory	K_Wo1, K_Wo2, K_Uo1	30 w		Z, E	4
35.	Persuasive Communication and Rhetoric	K_Wo1, K_Wo2, K_Wo9, K_Uo1, K_Uo2, K_Ko2	30 w		Z, E	3
36.	Verbal and Nonverbal Communication	K_Wo1, K_Wo3, K_Uo2, K_Uo9, K_Ko1	60 ćw		ZO, E	6

37.	Intercultural Communication	K_Wo1, K_Uo2, K_Uo5, K_Ko3, K_Ko4, K_Ko8	45 ćw		ZO, E	5
38.	Public Speaking	K_Wo3, K_Wo4, K_Uo2, K_Uo6, K_Ko3, K_Ko6	30 ćw		ZO	4
39.	Research and Presentation Skills	K_Wo4, K_Wo6, K_Wo9, K_Uo1, K_Uo6, K_U10, K_Ko2, K_Ko7	30 ćw		ZO	5
40.	Personal Branding	K_Wo4, K_Uo8, K_U10, K_Ko1, K_Ko4, K_Ko5	30 ćw		ZO	3
			Σ 130 w / 595 ćw			Σ 70
Grupa przedmiotów kierunkowych do wyboru / Elective major subjects						
41.	Seminar	K_Wo1, K_Wo5, K_Wo7, K_Uo1, K_Uo7, K_Ko2	75 s		Z	14
42.	Capstone Project	K_Wo2, K_Wo5, K_Wo7, K_Wo8, K_U10, K_Ko2, K_Ko3, K_Ko8	75 s		Z, E	14
43.	Media Workshop (Press, TV, Radio, Social media)	K_Wo3, K_Uo2, K_Ko1	60 ćw		ZO	8
44.	Photography / UI/UX Design	K_Wo4, K_U10, K_Ko1	30 ćw		ZO	3
45.	Hybrid Communication and Learning Environments/ AI-Driven Content Creation: Tools and Strategies	K_Wo3, K_Wo4, K_Uo1, K_Uo4, K_Ko2, K_Ko7	30 ćw		ZO	3
46.	AI generated communication/ Ethical AI Integration	K_Wo4, K_Wo6, K_Uo1, K_Uo4, K_Ko6, K_Ko8	30 ćw		ZO	3
			Σ 150 s / 150 ćw			Σ 45
Razem (suma uwzględnia przedmioty dla jednej specjalności/ jednej ścieżki kształcenia)			Σ 1810			Σ 176
Work Experience		K_Uo2, K_U10, K_Ko1, K_Ko2, K_Ko5	90		ZO	4
Ogółem:			Σ 1900			Σ 180

* w przypadku kierunku studiów dla którego zostały określone standardy kształcenia należy uwzględnić nazwy grup zajęć zgodnie ze standardami kształcenia

** przedmiot do wyboru

*** przedmioty realizowane w formie e-learningu

Opis przebiegu studiów z uwzględnieniem kolejności przedmiotów, zasad wyboru przedmiotów obieralnych oraz zasad realizacji ścieżek kształcenia:

Kierunek studiów *Media, Visual and Social Communication* przygotowuje studentów do pracy w dynamicznym środowisku mediów, komunikacji i marketingu. Program ten łączy w sobie teoretyczne podstawy z praktycznymi umiejętnościami, umożliwiając absolwentom zdobycie wszechstronnej wiedzy oraz kompetencji niezbędnych do skutecznej pracy w branży medialnej i komunikacyjnej. Podczas studiów studenci poznają zarówno podstawowe zagadnienia związane z mediami i komunikacją, jak i zaawansowane techniki projektowania, analizy danych oraz zarządzania projektami. Program ten kładzie duży nacisk na praktyczne umiejętności, umożliwiając studentom zdobycie doświadczenia w pracy z różnymi narzędziami i technologiami wykorzystywanymi w branży mediów i komunikacji.

Każdy semestr skupia się na określonych obszarach tematycznych, które stopniowo poszerzają wiedzę i umiejętności studentów. Poprzez realizację różnorodnych przedmiotów obieralnych, studenci mają również możliwość dostosowania programu studiów do swoich zainteresowań oraz wybrania ścieżki kształcenia odpowiadającej ich planom zawodowym.

Rok 1

Podstawy w mediach, komunikacji i projektowaniu. Celem jest zapewnienie studentom solidnej bazy wiedzy i umiejętności niezbędnych do zrozumienia krajobrazu medialnego i skutecznych praktyk komunikacyjnych.

Przedmioty kluczowe:

- English for Specific Purposes: rozwija umiejętności językowe dostosowane do kontekstów medialnych i komunikacyjnych.
- Contemporary Global Culture: bada aktualne trendy kulturowe i ich wpływ na media.
- 21st Century Skills: wyposaża studentów w niezbędne umiejętności na współczesnym rynku pracy.
- Marketing Communication: wprowadza zasady marketingu i strategię komunikacji.
- Control of Communication, Censorship, Patronage and Propaganda in Literature and Culture: bada historyczne i kulturowe aspekty kontroli komunikacji.
- Design Principles: zapewnia teoretyczne zrozumienie projektowania.
- Communication Theory: zapewnia teoretyczne podstawy komunikacji.
- Social Media Communication: koncentruje się na strategiach mediów społecznościowych.
- Language of Advertising: koncentruje się na technikach reklamowych.
- Methods of Media Research: wprowadza metodologie badawcze związane ze studiami nad mediami.
- Contemporary Media & Social Media Ethics: bada etyczne aspekty w mediach i mediach społecznościowych.
- Design Research and Design Thinking: rozwija umiejętności kreatywnego rozwiązywania problemów.
- Branding and Visual Identity: obejmuje strategię brandingowe i komunikację wizualną.
- Research and Presentation Skills: zapewnia praktyczne umiejętności w technikach prezentacji.

Rok 2

Zaawansowane tematy w komunikacji, projektowaniu i technologii. Celem jest pogłębienie wiedzy studentów na temat specjalistycznych obszarów w mediach i komunikacji, umożliwiając im analizowanie złożonych zagadnień i rozwijanie zaawansowanych umiejętności.

Przedmioty kluczowe:

- English for Specific Purposes: kontynuuje rozwijanie umiejętności językowych.
- History and Influence of Modern Art: bada historyczny kontekst sztuki nowoczesnej i jej wpływ na media.
- Typography and Layout Design: rozwija umiejętności projektowania w tworzeniu treści wizualnych.
- Visual Content Creation: rozwija umiejętności projektowania w tworzeniu treści wizualnych.
- Persuasive Communication and Rhetoric: koncentruje się na perswazyjnych technikach komunikacji.
- Verbal and Nonverbal Communication: bada niuanse komunikacji.
- Intercultural Communication: bada komunikację międzykulturową.
- Public Speaking: rozwija umiejętności wystąpień publicznych.
- Personal Branding: rozwija strategię budowania marki osobistej.
- Language & Technology: bada związek języka i technologii.
- AI in Media and Communication - umożliwia studentom zrozumienie wpływu sztucznej inteligencji na media oraz różne formy komunikacji.
- Academic Writing: rozwija umiejętności pisania akademickiego.
- Digital Workshop: zapewnia praktyczne umiejętności w mediach cyfrowych.

Rok 3:

Specjalizacja i praktyczne zastosowanie wiedzy. Celem jest umożliwienie studentom specjalizacji w wybranym obszarze mediów i komunikacji oraz zastosowanie zdobytej wiedzy w praktycznych projektach, przygotowując ich do wejścia na rynek pracy

Przedmioty kluczowe:

- Seminar: zapewnia możliwość dogłębnych badań.
- Capstone Project: zapewnia możliwość rozwoju portfolio.
- Media Workshop (Press, TV, Radio, Social media): oferuje praktyczne doświadczenie w różnych formatach medialnych.
- Photography / UI/UX Design: rozwija umiejętności w projektowaniu wizualnym i doświadczeniu użytkownika.
- Project Management in Media and Communication: koncentruje się na zasadach zarządzania projektami.
- Public Relations: obejmuje strategię i techniki public relations.
- Przedmioty ogólnouczelniane do wyboru: Gender linguistics / Semiotics, Adaptation: Theory and Practice / Polish Studies, International Relations since 1945/Political Communication Strategies
- Blok przedmiotów do wyboru związanych z wykorzystaniem technologii:
 - Hybrid Communication and Learning Environments - kurs dotyczący integracji tradycyjnych i nowoczesnych metod komunikacji oraz uczenia się w kontekście cyfrowym.
 - AI-Driven Content Creation: Tools and Strategies - przedmiot skoncentrowany na wykorzystaniu sztucznej inteligencji w procesie tworzenia treści.
 - AI-Generated Communication - kurs, który bada wykorzystanie sztucznej inteligencji w procesach komunikacyjnych.
 - Ethical AI Integration - kurs omawiający etyczne aspekty związane z użyciem AI.

Zasady wyboru przedmiotów obieralnych:

- Studenci mają możliwość wyboru przedmiotów obieralnych zgodnie z ich zainteresowaniami, umiejętnościami i celami zawodowymi.
- Wybór przedmiotów obieralnych może być zależny od określonych wymagań programu studiów lub preferencji studentów.

Podkreślenie roli seminarium i projektu dyplomowego:

- Seminarium umożliwia studentom pogłębienie wiedzy w wybranej dziedzinie specjalizacji - zakończone artykułem naukowym.
- Projekt dyplomowy (Capstone project) stanowi praktyczną aplikację wiedzy i umiejętności zdobytych podczas studiów, umożliwiając studentom wykazanie się kreatywnością, samodzielnością i zaawansowanymi umiejętnościami komunikacyjnymi.

Szczegóły zapisano w harmonogramie studiów.

Student jest zobowiązany do odbycia szkolenia BHP w wymiarze 4 godzin oraz szkolenia bibliotecznego w formie e-learningu.

Przewodniczący Senatu
Uniwersytetu Rzeszowskiego

prof. dr hab. Adam Reich
Rektor