

OGÓLNE INFORMACJE O KIERUNKU STUDIÓW

Obowiązuje od roku akad. 2026-2027

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: Nauki humanistyczne: Językoznawstwo: 113 pkt. ECTS - 63 % Pozostałe dyscypliny: Sztuki: Sztuki plastyczne i konserwacja dzieł sztuki: 34 pkt. ECTS - 19 % Nauki społeczne: Nauki o komunikacji społecznej i mediach: 33 pkt. ECTS - 18 % 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 Media, Visual and Social Communication został zaprojektowany jako odpowiedź na współczesne wyzwania rynku pracy, przygotowując absolwentów do dynamicznej kariery w obszarze komunikacji, mediów i projektowania. Dzięki interdyscyplinarnemu podejściu, międzynarodowej perspektywie oraz silnemu akcentowi na praktyczne doświadczenie, program

	stanowi solidny fundament dla przyszłych ekspertów branży kreatywnej. Program jest prowadzony w całości w języku angielskim, co pozwala na integrację treści i metod z różnych dziedzin nauki, przekraczając tradycyjne granice dyscyplinarne. Holistyczne podejście zachęca studentów do: • Tworzenia nowatorskich rozwiązań i nieszablonowego podejścia do problemów. • Efektywnej pracy w zróżnicowanych zespołach, co odzwierciedla realia współczesnego, wielodyscyplinarnego świata biznesu. • Rozwijania innowacyjnego myślenia, kluczowego w branży mediów społecznościowych i komunikacji wizualnej. Kluczowe Komponenty Programu Program studiów obejmuje zróżnicowaną gamę modułów, umożliwiając studentom dogłębną eksplorację różnych aspektów komunikacji: • Studia nad komunikacją i mediami: kompleksowa analiza teorii komunikacji, niuansów komunikacji werbalnej i niewerbalnej oraz kompetencji niezbędnych w dialogu międzykulturowym. • Językoznawstwo: zgłębianie socjolingwistyki i psycholingwistyki, analiza stylistyki oraz badanie wzajemnych relacji między językiem a nowoczesnymi technologiami. • Studia artystyczne: intensywne kursy obejmujące zasady projektowania, badania nad designem, tworzenie treści cyfrowych oraz produkcję audiowizualnych form komunikacji. • Biegłość językowa i perswazja: profesjonalny rozwój umiejętności językowych, w tym retoryki, wystąpień publicznych oraz biegłości w języku akademickim. • Praktyczne doświadczenie zawodowe: rozwijanie twardych kompetencji w zakresie zarządzania projektami, marketingu, budowania marki osobistej oraz umiejętności badawczo-prezentacyjnych. • Zrównoważony rozwój osobisty: program kładzie szczególny nacisk na kształtowanie umiejętności transferowalnych takich jak krytyczne myślenie, mądra komunikacja, zdolność do szybkiej adaptacji oraz efektywna współpraca w zróżnicowanych zespołach. Takie podejście wspiera holistyczny rozwój studenta, wyposażając go w uniwersalny
--	---

		kapitał kompetencyjny, który pozwala na elastyczne budowanie kariery w dynamicznie zmieniającym się świecie. • Przedmioty wybieralne: możliwość personalizacji ścieżki kształcenia poprzez przedmioty takie jak semiotyka, stosunki międzynarodowe, strategie komunikacji politycznej czy adaptacja filmowa i literacka. • Capstone Project i Seminarium: przygotowanie do egzaminu dyplomowego poprzez realizację autorskiego projektu oraz napisanie artykułu naukowego. W ofercie Uniwersytetu Rzeszowskiego brak jest innego programu studiów o zdefiniowanych takich samych celach i efektach uczenia się, co nadaje kierunkowi Media, Visual and Social Communication wyjątkowy charakter. Różnice w odniesieniu do innych kierunków przypisanych do tych samych dyscyplin przejawiają się w następujących obszarach: • Specjalistyczny profil kompetencji: program kładzie priorytetowy nacisk na rozwój zaawansowanych umiejętności w zakresie projektowania graficznego, produkcji mediów cyfrowych oraz krytycznej analizy treści. Studenci zgłębiają techniki i strategie komunikacji wizualnej oraz językowej, ucząc się doboru odpowiednich środków wyrazu i narzędzi technologicznych. • Kreatywność w rozwiązywaniu problemów: kierunek promuje innowacyjne podejście do projektowania, które uczą kreatywnego rozwiązywania problemów i projektowania doświadczeń. Absolwent jest gotowy do aktywnego poszukiwania najbardziej efektywnych rozwiązań dla nowych, złożonych wyzwań. • Kompetencje miękkie i praca zespołowa: program silnie koncentruje się na rozwoju umiejętności interpersonalnych, w tym zdolności do współdziałania w grupach projektowych oraz planowania i organizowania prac zespołowych. Kształtuje również umiejętności budowania relacji i sieci kontaktów biznesowych, co jest niezbędne w profesjonalnej pracy projektowej. • Współpraca z praktykami: wiedza i metody nauczania są na bieżąco aktualizowane dzięki bezpośredniemu zaangażowaniu ekspertów z branży. Praktyczny wymiar studiów realizowany jest podczas warsztatów medialnych oraz
--	--	--

		obowiązkowej praktyki zawodowej odbywanej w realnym środowisku biznesowym agencji kreatywnych, redakcji czy działów komunikacji. • Budowa profesjonalnego portfolio: studia są zorientowane na wymierne efekty praktyczne, a ich zwieńczeniem jest Capstone Project, który stanowi fundament profesjonalnego portfolio studenta. Umożliwia to wykazanie się samodzielnością, kreatywnością oraz zaawansowanymi umiejętnościami komunikacyjnymi, ułatwiając skuteczne wejście na rynek pracy. Wszystkie te elementy, w połączeniu z pełną realizacją programu w języku angielskim oraz naciskiem na nowoczesne technologie, takie jak sztuczna inteligencja, sprawiają, że studia te stanowią intensywne przygotowanie warsztatowe do pracy w globalnym środowisku medialnym. Program promuje również zrównoważony rozwój osobisty i kształtowanie umiejętności transferowalnych, przygotowując studenta do dynamicznych zmian we współczesnym świecie.
10.	Opis sylwetki absolwenta obejmujący opis ogólnych celów kształcenia oraz możliwości zatrudnienia i kontynuacji studiów	Absolwent kierunku posiada wszechstronne, interdyscyplinarne wykształcenie, które przygotowuje go do profesjonalnej aktywności w obszarach komunikacji społecznej, nowoczesnych mediów oraz projektowania wizualnego. Jego kompetencje obejmują następujące obszary: • Kompetencje badawcze i analityczne: absolwent potrafi właściwie dobierać źródła informacji, przeprowadzać ich krytyczną analizę oraz dokonywać syntezy danych. Umiejętność wyciągania merytorycznych wniosków pozwala mu na podejmowanie świadomych decyzji oraz projektowanie precyzyjnych strategii komunikacyjnych. • Kompetencje interpersonalne i zrównoważony rozwój osobisty: wykazuje gotowość do aktywnego współdziałania w grupach projektowych i budowania trwałych relacji. Program kładzie szczególny nacisk na zrównoważony rozwój osobisty poprzez kształtowanie umiejętności transferowalnych takich jak adaptacyjność, krytyczne myślenie i zdolność do samokształcenia, co pozwala na elastyczne zarządzanie karierą w dynamicznym otoczeniu. • Biegłość komunikacyjna w języku angielskim (poziom C1): absolwent posługuje się językiem

		angielskim na poziomie C1, sprawnie korzystając z rejestrów specjalistycznych. Pozwala mu to na płynną komunikację w międzynarodowym środowisku biznesowym, korporacyjnym oraz w agencjach kreatywnych na całym świecie. • Kompetencje kulturowe i międzykulturowe: rozumie różnice kulturowe i wykazuje wrażliwość na zasady równego traktowania oraz inkluzywności. Potrafi dostosować formę i treść komunikatu do specyfiki zglobalizowanego społeczeństwa. • Kompetencje marketingowe i brandingowe: zna zasady tworzenia kampanii społeczno-ekonomicznych oraz mechanizmy analizy rynku. Posiada umiejętność strategicznego zarządzania marką. • Kompetencje w zakresie projektowania graficznego: jest przygotowany do tworzenia profesjonalnych koncepcji wizualnych, w tym identyfikacji wizualnej, materiałów reklamowych i wydawniczych, wykorzystując nowoczesne oprogramowanie graficzne. • Kompetencje multimedialne i integracja AI: absolwent posiada umiejętność współtworzenia interaktywnych i wielomedialnych materiałów. Dzięki znajomości narzędzi sztucznej inteligencji potrafi wdrażać innowacyjne strategie generowania treści oraz rozumie wpływ algorytmów na współczesną produkcję medialną. • Krytyczna analiza i interpretacja treści: potrafi ocenić wpływ przekazów na odbiorcę, identyfikując mechanizmy dezinformacji i nadużyć w przestrzeni medialnej. Rozumie rolę mediów w kształtowaniu opinii publicznej. • Etyka i prawo w mediach: działa w sposób transparentny i rzetelny, przestrzegając norm ochrony własności intelektualnej. Jest świadomy wyzwań etycznych związanych z nowymi technologiami, w tym z odpowiedzialną integracją sztucznej inteligencji. • Strategiczne zarządzanie mediami społecznościowymi: posiada zaawansowaną wiedzę na temat platform społecznościowych, co pozwala mu na skuteczne budowanie wizerunku, tworzenie trendów oraz profesjonalne angażowanie społeczności cyfrowych. • Zarządzanie projektami komunikacyjnymi: absolwent potrafi planować i organizować prace
--	--	---

		zespołowe, dbając o ich rzetelną realizację oraz budowanie sieci kontaktów biznesowych. • Kompetencje w komunikacji społecznej: dysponuje pogłębioną wiedzą o teoretycznych podstawach komunikacji i socjolingwistyki, co pozwala mu na trafną identyfikację grup docelowych oraz dobór optymalnych środków wyrazu. Możliwości zatrudnienia Absolwent kierunku Media, Visual and Social Communication posiada szerokie spektrum kompetencji, które pozwalają mu na podjęcie pracy w wielu dynamicznych obszarach związanych z komunikacją, nowoczesnymi mediami i projektowaniem, zarówno w firmach polskich, jak i międzynarodowych. Oto zestawienie możliwości zatrudnienia wynikające bezpośrednio z treści programowych oraz kompetencji nabywanych w trakcie studiów: Sektor Kreatywny i Projektowanie • Projektant graficzny: tworzenie całościowego contentu wizualnego, identyfikacji marek oraz materiałów reklamowych. • Dyrektor kreatywny: przygotowanie do nadzorowania projektów artystycznych i merytorycznych dzięki kompetencjom z zakresu <i>Design Thinking</i> oraz zarządzania zespołami. • Projektant treści: tworzenie profesjonalnych treści foto i wideo na potrzeby nowoczesnych kanałów komunikacji. Marketing, Media Społecznościowe i PR • Specjalista w zakresie Social Media: zarządzanie profilami na platformach społecznościowych, budowanie strategii obecności w sieci oraz analiza trendów. • Copywriter i Menadżer treści: tworzenie perswazyjnych treści tekstowych (reklamy, blogi, artykuły) z wykorzystaniem zaawansowanej znajomości języka i technik retorycznych. • Specjalista ds. Public Relations: budowanie wizerunku marek i osób oraz zarządzanie komunikacją kryzysową i relacjami z mediami. • Menadżer marki: zarządzanie tożsamością marki i jej pozycjonowaniem rynkowym. Nowoczesne Technologie i AI • Koordynator AI: dzięki przedmiotom z obszaru sztucznej inteligencji absolwent może wdrażać
--	--	---

		narzędzia AI do procesów twórczych i komunikacyjnych. • Assystent ds. etyki mediów i technologii: doradztwo w zakresie odpowiedzialnego wykorzystania AI oraz ochrony prywatności i praw autorskich. Zarządzanie i komunikacja biznesowa • Kierownik projektu: zarządzanie kampaniami i koordynacja prac zespołów kreatywnych. • Specjalista ds. komunikacji korporacyjnej: zarządzanie komunikacją wewnętrzną i zewnętrzną w międzynarodowych korporacjach, wykorzystując biegłość językową na poziomie C1. • Specjalista ds. marketingu eventowego: organizacja i promocja konferencji, eventów kulturalnych oraz biznesowych. Media i Analiza • Specjalista ds. mediów: praca w prasie, radiu, telewizji lub mediach internetowych. • Specjalista ds. mediów i komunikacji: prezentowanie danych, badanie wpływu treści na odbiorców i przeciwdziałanie dezinformacji. Studia te, dzięki silnemu naciskowi na umiejętności transferowalne oraz prowadzeniu zajęć w całości w języku angielskim, otwierają drzwi do kariery nie tylko w Polsce, ale i w międzynarodowych agencjach oraz globalnych korporacjach. Absolwent jest również w pełni przygotowany do kontynuowania edukacji na studiach drugiego stopnia.
11.	Język prowadzonych studiów	angielski

Przewodniczący Senatu
Uniwersytetu Rzeszowskiego

prof. dr hab. Adam Reich
Rektor

OPIS ZAKŁADANYCH EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

Obowiązuje od roku akademickiego 2026-2027

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 (tj. 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 językoznawstwa, sztuk plastycznych oraz nauk o komunikacji społecznej i mediach	P6S_WG
K_Wo2	w zaawansowanym stopniu główne teorie komunikacji, ich znaczenie i wpływ na procesy społeczne oraz interdyscyplinarny charakter wiedzy o komunikacji	P6S_WG
K_Wo3	w zaawansowanym stopniu wybrane techniki i strategie 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 między językoznawstwem, sztukami wizualnymi a nauką o komunikacji i mediach, rozumiejąc relacje zachodzące między strukturą języka, formą wizualną a procesami społecznymi	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 promowania odpowiedzialnego uczestnictwa w przestrzeni medialnej	P6S_WK
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	rozdzielać 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	P6S_UK

	kulturowych a także brać udział w debacie, przedstawiając i oceniając w trakcie dyskusji różne opinie i stanowiska	
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 wizerunku zawodu poprzez wysoką jakość pracy, rzetelność i profesjonalizm	P6S_KR
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 2026-2027

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: 113 pkt. ECTS Pozostałe dyscypliny: Sztuki plastyczne i konserwacja dzieł sztuki: 34 pkt. ECTS Nauki o komunikacji społecznej i mediach: 33 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
		92	
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	145 pkt. ECTS
9.	Wymiar, zasady i formy odbywania praktyk zawodowych oraz liczba punktów ECTS przypisana do praktyk	Praktyka zawodowa stanowi integralny element programu studiów i jest kluczowym etapem przygotowania studenta do wejścia na rynek pracy. Pozwala na praktyczną weryfikację zdobytych kompetencji w realnym środowisku biznesowym i medialnym. Parametry techniczne: • Wymiar godzinowy: 90 godzin. • Okres realizacji: semestr V (zimowy). • Punkty ECTS: 4. • Forma zaliczenia: zaliczenie z oceną (ZO). Zasady realizacji: • Miejsce praktyk: studenci realizują praktykę w przedsiębiorstwach, instytucjach oraz podmiotach, których profil działalności jest ściśle związany ze specyfiką kierunku (np. agencje kreatywne, redakcje, działy komunikacji, instytucje kultury). • Formalności: podstawą odbycia praktyki jest formalne porozumienie

		zawarte pomiędzy Uniwersytetem Rzeszowskim a zakładem pracy. Dokument ten precyzuje program praktyki, jej ramy czasowe oraz warunki współpracy. • Organizacja: zajęcia w ramach praktyk odbywają się w trakcie semestru zimowego w wymiarze minimum 90 godzin, w sposób niekolidujący z obowiązkowym planem zajęć dydaktycznych na uczelni. Nadzór i zaliczenie: • Opieka merytoryczna: nadzór nad przebiegiem praktyk sprawuje koordynator praktyk (powoływany przez Prorektora ds. Studenckich i Kształcenia) oraz instytucjonalny opiekun praktyki wyznaczony przez zakład pracy. • Warunki zaliczenia: podstawą zaliczenia jest pozytywna ocena wystawiona przez koordynatora w systemie Wirtualna Uczelnia. Należy pamiętać, że zgodnie z programem studiów, niezaliczenie praktyki jest równoznaczne z niezaliczeniem semestru. • Regulacje: szczegółowe kwestie organizacyjne określa Regulamin Praktyk dostępny w dokumentacji kierunku.
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 dziennik 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 weryfikowane podczas egzaminu dyplomowego, podczas którego student prezentuje autorski projekt przygotowany w ramach przedmiotu Capstone Project oraz przedkłada artykuł naukowy opracowany w ramach seminarium.				
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 oraz uzyskanie wyniku pozytywnego z 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						
1.	Foreign Language**	K_Uo2, K_Uo7	120		ZO, E	8
2.	Physical Education	K_Ko1	60		ZO	0
3.	Information Technology	K_Uo4	15		ZO	1
4.	Philosophy	K_Wo5	15		Z	1
5.	Copyright and Intellectual Property***	K_Wo7	20		Z	1
6.	Adaptation: Theory and Practice/ Polish Studies**	K_Wo5, K_Uo5	30		Z	2

7.	International Relations since 1945 / Political Communication Strategies**	K_Wo5, K_Wo9, K_Uo5	30		Z	2
			Σ 290			Σ 15
Grupa przedmiotów podstawowych						
8.	English for Specific Purposes	K_Uo2, K_Uo7, K_Ko1	180		ZO, E	16
9.	Introduction to Sociolinguistics***	K_Wo5, K_Uo8	20		Z, E	3
10.	Introduction to Social Psychology***	K_Wo5, K_Uo8	20		Z, E	3
11.	Contemporary Global Culture	K_Wo5, K_Wo9, K_Uo5	20		Z, E	2
12.	Global understanding	K_Wo1, K_Wo9, K_Uo1, K_Uo9, K_Ko3, K_Ko5, K_Ko8	30		ZO	3
13.	Marketing Communication	K_Wo5, K_Uo8, K_U10, K_Ko2	30		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		ZO	6
15.	Public Relations	K_Wo3, K_Wo8, K_Wo9, K_Uo4, K_Ko4, K_Ko6	15		ZO	2
16.	Language and Technology	K_Wo3, K_Wo6, K_Uo2, K_Uo4, K_Ko3, K_Ko8	30		ZO	2
17.	Methods of Research	K_Wo3, K_Uo1, K_Ko2	30		ZO	2
18.	Academic Writing	K_Wo7, K_Uo2, K_Uo7, K_Ko2	30		ZO	2
19.	Gender linguistics / Semiotics**	K_Wo3, K_Wo4	30		Z	2
			Σ 495			Σ 46
Grupa przedmiotów kierunkowych						
20.	Control of Communication, Censorship, Patronage	K_Wo5, K_Wo9, K_Uo5	20		Z	1

	and Propaganda in Literature and Culture					
21.	Social Media Communication	K_Wo1, K_Wo2, K_Wo3, K_Wo6, K_Uo1, K_Uo2, K_Ko3, K_Ko7, K_Ko8	30		ZO	3
22.	Data Storytelling	K_Wo3, K_Uo2, K_Ko1, K_Ko6	15		ZO	1
23.	Language of Advertising	K_Wo1, K_Wo3, K_Uo2, K_Ko4	30		ZO	2
24.	Contemporary Media and Social Media Ethics	K_Wo6, K_Ko6	15		Z	1
25.	History and Influence of Modern Art	K_Wo1, K_Uo5	20		Z	1
26.	Design Principles	K_Wo1, K_Wo3, K_Uo1, K_Ko4, K_Ko6	30		Z, E	4
27.	AI in Media and Communication	K_Wo3, K_Wo6, K_Uo3, K_Uo4, K_Ko8	30		ZO	2
28.	Design Research and Design Thinking	K_Wo4, K_Uo3, K_Ko4	30		ZO	3
29.	Strategic Brand Management	K_Wo5, K_Wo8, K_Uo8, K_Ko4	30		ZO	3
30.	Digital Workshop	K_Wo3, K_Wo4, K_Uo4, K_U10, K_Ko1	75		ZO	6
31.	Visual Content Creation	K_Wo8, K_Uo3, K_Uo9, K_Ko3, K_Ko8	60		ZO	6
32.	Typography and Layout Design	K_Wo4, K_Uo2, K_Uo4, K_Ko1, K_Ko4	45		ZO, E	3
33.	Audiovisual Forms of Communication	K_Wo3, K_Wo4, K_Uo3, K_Uo4, K_Ko3, K_Ko8	40		ZO	4
34.	Communication Theory	K_Wo1, K_Wo2, K_Uo1	30		Z, E	4
35.	Persuasive Communication and Rhetoric	K_Wo1, K_Wo2, K_Wo9, K_Uo1, K_Uo2, K_Ko2	30		Z, E	3

36.	Verbal and Nonverbal Communication	K_Wo1, K_Wo3, K_Uo2, K_Uo9, K_Ko1	60		ZO, E	6
37.	Intercultural Communication	K_Wo1, K_Uo2, K_Uo5, K_Ko3, K_Ko4, K_Ko8	45		ZO, E	5
38.	Public Speaking	K_Wo3, K_Wo4, K_Uo2, K_Uo6, K_Ko3, K_Ko6	30		ZO	4
39.	Research and Presentation Skills	K_Wo4, K_Wo6, K_Wo9, K_Uo1, K_Uo6, K_U10, K_Ko2, K_Ko7	30		ZO	5
40.	Personal Branding	K_Wo4, K_Uo8, K_U10, K_Ko1, K_Ko4, K_Ko5	30		ZO	3
			Σ 725			Σ 70
Grupa przedmiotów kierunkowych do wyboru						
41.	Seminar	K_Wo1, K_Wo5, K_Wo7, K_Uo1, K_Uo7, K_Ko2	75		Z	14
42.	Capstone Project	K_Wo2, K_Wo5, K_Wo7, K_Wo8, K_U10, K_Ko2, K_Ko3, K_Ko8	75		Z	14
43.	Media Workshop (Press, TV, Radio, Social Media)	K_Wo3, K_Uo2, K_Ko1	60		ZO	8
44.	Photography / UI/UX Design	K_Wo4, K_U10, K_Ko1	30		ZO	3
45.	Creative Writing/Stylistics	K_Wo4, K_Uo2, K_Uo7, K_U10	30		ZO	3
46.	Elements of Business Law/ Ethical AI Integration	K_Wo4, K_Wo6, K_Uo1, K_Ko6, K_Ko8	30		ZO	3
			Σ 300			Σ 45
Razem (suma uwzględnia przedmioty dla jednej specjalności/ jednej ścieżki kształcenia)			Σ 1810			Σ 176
Work Placement	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.

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: Fundamenty mediów, komunikacji i projektowania

Pierwszy rok studiów koncentruje się na budowaniu solidnej bazy wiedzy teoretycznej oraz kompetencji praktycznych, niezbędnych do biegłego poruszania się w dynamicznym krajobrazie medialnym i realizacji skutecznych strategii komunikacyjnych.

Kluczowe przedmioty:

- **English for Specific Purposes:** doskonalenie biegłości językowej w obszarach ściśle dopasowanych do specyfiki branży mediów i komunikacji.
- **Contemporary Global Culture:** analiza najnowszych trendów kulturowych oraz ich bezpośredniego wpływu na współczesny ekosystem medialny.
- **Marketing Communication:** wprowadzenie do fundamentów marketingu oraz projektowania strategicznych działań komunikacyjnych.
- **Control of Communication, Censorship, Patronage and Propaganda in Literature and Culture:** krytyczne spojrzenie na historyczne i kulturowe mechanizmy kontroli przepływu informacji.
- **Design Principles:** kształtowanie teoretycznego i estetycznego warsztatu niezbędnego w procesach projektowych.
- **Communication Theory:** gruntowne wprowadzenie do modeli, procesów i teoretycznych uwarunkowań komunikacji międzyludzkiej i masowej.
- **Social Media Communication oraz Language of Advertising:** kompleksowe ujęcie strategii obecności w mediach społecznościowych oraz analiza językowych mechanizmów perswazji w reklamie.
- **Methods of Research, Data Storytelling:** wyposażenie w nowoczesny warsztat badawczy oraz umiejętność przekładania danych na angażujące opowieści wizualne.
- **Contemporary Media and Social Media Ethics:** pogłębiona refleksja nad dylematami etycznymi i odpowiedzialnością w cyfrowej przestrzeni publicznej.
- **Design Research and Design Thinking:** rozwijanie innowacyjnego podejścia do kreatywnego rozwiązywania problemów i projektowania doświadczeń.

- **Strategic Brand Management:** zarządzanie tożsamością marki oraz kreowanie spójnej komunikacji wizualnej.
- **Research and Presentation Skills:** rozwijanie zaawansowanych kompetencji badawczych oraz doskonalenie warsztatu profesjonalnych wystąpień publicznych.

Rok 2: Zaawansowane zagadnienia komunikacji, designu i technologii

Drugi rok studiów ma na celu pogłębienie wiedzy w specjalistycznych obszarach mediów i komunikacji. Program został zaprojektowany tak, aby wyposażać studentów w narzędzia do analizy złożonych zjawisk społeczno-technologicznych oraz umożliwić im doskonalenie zaawansowanych umiejętności praktycznych i twórczych.

Kluczowe przedmioty:

- **English for Specific Purposes:** kontynuacja intensywnego rozwoju kompetencji językowych, ukierunkowana na specjalistyczną terminologię i profesjonalne konteksty komunikacyjne.
- **History and Influence of Modern Art:** analiza ewolucji sztuki nowoczesnej i jej kluczowego wpływu na estetykę oraz formę współczesnych przekazów medialnych.
- **Typography and Layout Design:** kształtowanie zaawansowanych umiejętności w zakresie projektowania typograficznego oraz profesjonalnej kompozycji treści wizualnych.
- **Visual Content Creation:** praktyczne warsztaty projektowania i produkcji angażujących treści wizualnych z wykorzystaniem nowoczesnych standardów rynkowych.
- **Persuasive Communication and Rhetoric:** zgłębianie mechanizmów perswazji oraz doskonalenie skutecznych technik retorycznych w komunikacji publicznej.
- **Verbal and Nonverbal Communication:** badanie wielowymiarowości komunikacji werbalnej oraz roli sygnałów niewerbalnych w kreowaniu przekazu.
- **Intercultural Communication:** analiza specyfiki dialogu w środowiskach zróżnicowanych kulturowo oraz budowanie kompetencji niezbędnych w globalnym środowisku pracy.
- **Public Speaking:** rozwijanie pewności siebie i biegłości w prowadzeniu profesjonalnych prezentacji oraz wystąpień przed publicznością.
- **Personal Branding:** projektowanie strategicznych działań mających na celu budowanie i zarządzanie silną marką osobistą w przestrzeni cyfrowej.
- **Language and Technology:** badanie wzajemnych relacji między ewolucją języka a dynamicznym rozwojem technologii komunikacyjnych.
- **Academic Writing:** doskonalenie warsztatu pisarskiego niezbędnego do tworzenia rzetelnych tekstów naukowych, raportów i analiz.
- **Digital Workshop:** intensywne zajęcia warsztatowe koncentrujące się na praktycznym wykorzystaniu narzędzi cyfrowych w produkcji medialnej.

Rok 3: Specjalizacja i praktyczna synteza kompetencji

Ostatni rok studiów koncentruje się na profilowaniu ścieżki zawodowej oraz praktycznym zastosowaniu nabytej wiedzy w ramach autorskich projektów. Celem jest finalne przygotowanie studentów do wejścia na globalny rynek pracy poprzez połączenie zaawansowanej teorii z intensywną praktyką warsztatową.

Kluczowe przedmioty:

- **Seminar:** przestrzeń do prowadzenia pogłębionych badań naukowych oraz merytorycznego przygotowania do napisania pracy dyplomowej.
- **Capstone Project:** realizacja kompleksowego projektu dyplomowego, stanowiącego fundament profesjonalnego portfolio studenta.

- **AI in Media and Communication:** krytyczna analiza roli sztucznej inteligencji w transformacji mediów oraz jej wpływu na nowoczesne procesy komunikacyjne.
- **Media Workshop (Press, TV, Radio, Social Media):** zaawansowane warsztaty oferujące praktyczne doświadczenie w zróżnicowanych formatach medialnych i produkcyjnych.
- **Photography / UI/UX Design:** moduł do wyboru, pozwalający na specjalizację w zakresie profesjonalnej fotografii lub projektowania doświadczeń i interfejsów użytkownika.
- **Project Management in Media and Communication:** kształtowanie umiejętności zarządzania procesami projektowymi, zespołem oraz budżetem w sektorze kreatywnym.
- **Public Relations:** projektowanie strategicznej komunikacji wizerunkowej oraz opanowanie technik budowania relacji z otoczeniem.
- **Przedmioty ogólne do wyboru:** Gender linguistics / Semiotics, Adaptation: Theory and Practice / Polish Studies, International Relations since 1945/Political Communication Strategies
- **Blok przedmiotów do wyboru:**
 - Ethical AI Integration: kurs omawiający etyczne i prawne aspekty związane z użyciem AI.
 - Elements of Business Law: wprowadzenie do kluczowych regulacji prawnych dotyczących prowadzenia działalności gospodarczej.
 - Creative Writing: warsztaty ukierunkowane na rozwijanie umiejętności tworzenia autorskich tekstów, budowanie angażujących narracji oraz poszukiwanie indywidualnego stylu twórczego w formach użytkowych.
 - Stylistics: analiza i praktyczne zastosowanie różnorodnych środków językowych oraz rejestrów stylistycznych w celu świadomego kształtowania przekazu.

Zasady wyboru przedmiotów i wymagania programowe

Program studiów zapewnia studentom dużą elastyczność w kształtowaniu własnej ścieżki edukacyjnej, pozwalając na personalizację nauki zgodnie z aspiracjami zawodowymi.

- **Indywidualizacja ścieżki kształcenia:** studenci mają możliwość wyboru przedmiotów fakultatywnych (obieralnych) w oparciu o swoje zainteresowania naukowe, rozwijane umiejętności oraz cele zawodowe.
- **Kryteria wyboru:** proces wyboru przedmiotów obieralnych jest realizowany zgodnie z wymaganiami programu studiów oraz indywidualnymi preferencjami studentów, co pozwala na profilowanie kompetencji w ramach dostępnych ścieżek.

Rola seminarium i projektu dyplomowego

Kluczowym elementem kończącym proces kształcenia jest egzamin dyplomowy, który łączy rzetelność naukową z praktycznym warsztatem.

- **Seminar:** stwarza przestrzeń do pogłębionych badań w wybranej dziedzinie specjalizacji. Efektem pracy w ramach seminarium jest przygotowanie artykułu naukowego, co pozwala na weryfikację kompetencji analitycznych i badawczych studenta.
- **Capstone Project:** stanowi praktyczną syntezę wiedzy i umiejętności zdobytych w toku całych studiów. Realizacja tego projektu umożliwia studentom wykazanie się wysokim stopniem kreatywności, samodzielności oraz biegłością w stosowaniu zaawansowanych strategii komunikacyjnych.

Informacje organizacyjne i szkolenia

Pełne zestawienie kursów oraz ich szczegółowe uwarunkowania są zawarte w harmonogramie studiów. Ponadto, każdy student jest zobowiązany do dopełnienia następujących wymogów formalnych:

- **Szkolenie BHP:** obowiązkowy kurs w wymiarze 4 godzin, zapewniający bezpieczeństwo i higienę pracy w środowisku akademickim.
- **Szkolenie biblioteczne:** realizowane w formie e-learningu, przygotowujące do sprawnego korzystania z zasobów bibliotecznych Uniwersytetu Rzeszowskiego.

Przewodniczący Senatu
Uniwersytetu Rzeszowskiego

prof. dr hab. Adam Reich
Rektor