

OGÓLNE INFORMACJE O KIERUNKU STUDIÓW

Obowiązuje od roku akad. 2024-2025

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)	Dziedzina nauk humanistycznych: dyscyplina wiodąca: językoznawstwo: 113 pkt. ECTS - 63 % Dziedzina sztuki: sztuki plastyczne i konserwacja dzieł sztuki: 35 pkt. ECTS - 19 % Dziedzina nauk społecznych: nauki o komunikacji społecznej i mediach: 32 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 <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 specjalizacjach, 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, kultury języka 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, komunikacji międzykulturowej oraz języka pojednania i rozwiązywania konfliktów. – Praktyczne doświadczenie: Kursy zapewniające praktyczne umiejętności w zakresie zarządzania projektami, marketingu, budowania marki osobistej oraz umiejętności badawczych i prezentacyjnych. – Biegłość językowa: Rozwój umiejętności językowych, w tym komunikacji perswazyjnej, public relations i wystąpień publicznych, a także języka angielskiego do określonych celów i pisanie akademickiego. – Specjalistyczne warsztaty: Praktyczne doświadczenie poprzez warsztaty radiowe, prasowe i telewizyjne, a także warsztaty pisarskie skupiające się na kreatywnym pisaniu, stylistyce, pisaniu argumentacyjnym i metodologii badań online. – 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 zachęcać 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 wpływa na treści programowe i sposób nauczania, - program kładzie duży nacisk na rozwój praktycznych umiejętności, budowanie 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 kreowanie skutecznych strategii komunikacyjnych. – Kompetencje interpersonalne – absolwent posiadać 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 czy 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 oprogramowania do tworzenia profesjonalnych projektów. – Kompetencje w dziedzinie projektowania multimediów 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 oceniać 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, a także 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, czyli sposobów, w jak ludzie komunikują się ze sobą w różnych kontekstach społecznych., 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. – Analityk danych w firmach o zróżnicowanym profilu działalności – pełni kluczową rolę w wykorzystywaniu informacji do podejmowania trafnych decyzji biznesowych. Absolwent kierunku może doskonale wpasować się w tę rolę dzięki zdolności do efektywnej komunikacji w języku angielskim i umiejętność analizy danych. – Copywriter lub Content Manager zajmujący się tworzeniem treści reklamowe, artykułów, blogów, treści na stronach internetowych i inne teksty. Może również zarządzać treściami online i strategią content marketingową. – Grafik lub projektant interfejsu użytkownika (UI)/projektant interfejsów użytkownika 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 kontent wizualny na potrzeby przedsiębiorstw branży mediowej i okołomediowej umożliwiający synergię warstwy tekstualnej z wizualną z punktu widzenia marketingu internetowego. – Specjalista ds. edukacji i szkoleń – może pracować jako nauczyciel lub trener, ucząc innych komunikacji, projektowania, języka. – Specjalista ds. komunikacji korporacyjnej w firmach, agencjach PR lub działach komunikacji organizacji. Jego zadaniem będzie zarządzanie komunikacją wewnętrzną i zewnętrzną, tworzenie 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 2024-2025

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 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 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 w erze powszechnego dostępu do informacji oraz wpływu mediów na formowanie się opinii publicznej	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	P6S_WK

	twórczych na rzecz interesu publicznego jako różnych form przedsiębiorczości	
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	rozdzielić 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_U09	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_K01	uzupełniania własnego warsztatu, umiejętności i wiedzy oraz nieustannego ich aktualizowania	P6S_KK P6S_KK (Sz)
K_K02	aktywnego poszukiwania informacji w przypadku nowych problemów oraz dostarczenia najbardziej efektywnego rozwiązania po zasięgnięciu opinii ekspertów	P6S_KK
K_K03	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_K04	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_K05	planowania i zarządzania projektami oraz budowania relacji i sieci kontaktów w branży, co może sprzyjać współpracy, zdobywaniu klientów czy partnerstwom biznesowym	P6S_KO
K_K06	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_K07	poszanowania prywatności, zarówno w tworzeniu treści, jak i w procesach badawczych czy analizie danych	P6S_KR P6S_KR (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 2024-2025

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: 35 pkt. ECTS Nauki o komunikacji społecznej i mediach: 32 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	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 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_Uo9, K_Ko1	60 ćw		ZO	0
3.	Information Technology	K_Uo4	15 ćw		ZO	1
4.	Philosophy	K_Wo5	15 w		Z	1
5.	Law and 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_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_Uo5	20 w		Z, E	2
12.	21 st Century Skills	K_Wo1, K_Uo1, K_Uo9, K_Ko3, K_Ko5	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	60 ćw		ZO	6
15.	Public Relations	K_Wo3, K_Wo8, K_Uo4, K_Ko4, K_Ko6	15 w		ZO	2
16.	Language and Technology	K_Wo3, K_Wo6, K_Uo4, K_Ko2, K_Ko7	45 ćw		ZO	3
17.	Language Culture	K_Uo2, K_Ko3	15 ćw		ZO	1
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_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	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 & 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	60 ćw		ZO	6
32.	Typography and Layout Design	K_Wo4, K_Uo2, K_Uo4, K_Ko1, K_Ko4	45 ćw		ZO	3
33.	Audiovisual Forms of Communication	K_Wo3, K_Wo4, K_Uo3, K_Uo4, K_Ko3	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_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	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_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	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.	Creative writing / Stylistics	K_Wo4, K_Uo2, K_Uo7, K_U10	30 ćw		ZO	3
46.	Argumentative writing / Online research methodology	K_Uo1, K_Uo2, K_Uo7, K_Ko2	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
Praktyka zawodowa		K_Uo2, K_U10, K_o1, 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.

Semestr 1:

- Podstawowe zagadnienia informatyki (IT) są kluczowe dla zrozumienia technologicznego kontekstu mediów, dlatego jest to pierwszy przedmiot.

- Design Research and Design Thinking oraz Branding and Visual Identity wprowadzają studentów w proces projektowania i identyfikacji wizualnej, co stanowi fundament dla dalszych działań w obszarze mediów i komunikacji.
- Przedmioty z zakresu psychologii społecznej oraz komunikacji perswazyjnej stanowią podstawy teoretyczne dla zrozumienia mechanizmów społecznych oraz skutecznej komunikacji interpersonalnej.
- Komunikacja marketingowa oraz umiejętności współczesne (21st Century Skills) przygotowują studentów do pracy w obszarze marketingu i komunikacji, uwzględniając nowoczesne trendy i narzędzia.
- Nauka języka angielskiego dla celów specjalistycznych oraz wybór między językiem polskim a obcym umożliwiają rozwój umiejętności językowych w kontekście zawodowym.

Semestr 2:

- Sociolinguistics i Language of Advertising uzupełniają wiedzę z zakresu komunikacji o społeczne i kulturowe konteksty językowe oraz specyfikę języka reklamy.
- Design Principles oraz Digital Media poszerzają kompetencje projektowe i technologiczne.
- Public Speech oraz Social Media Communication umożliwiają praktyczne wykorzystanie umiejętności komunikacyjnych w różnych kontekstach, od wystąpień publicznych po komunikację online.
- Global Culture in the 20th and 21st Century oraz English for Specific Purposes kontynuują rozwój umiejętności interkulturowej komunikacji i językowej.

Semestr 3:

- Trzeci semestr skupia się na tworzeniu treści cyfrowych (Digital Content Creation) oraz komunikacji wizualnej (Typography and Layout Design), co jest istotne dla praktycznego działania w obszarze mediów.
- Communication Theory oraz Research & Presentation Skills kształtują umiejętności analitycznego myślenia oraz prezentacji wyników badań.
- Intercultural Communication umożliwia rozwój umiejętności komunikacji międzykulturowej, przydatnych w globalnym środowisku pracy.
- Historia i wpływ nowoczesnej sztuki (History and Influence of Modern Art) dostarcza kontekstu dla analizy trendów wizualnych.

Semestr 4:

- W czwartym semestrze kontynuacja rozwoju umiejętności medialnych (Digital Media, Audiovisual Forms of Communication) oraz analizy mediów (Methods of Media Research).
- Language & Technology oraz Academic Writing przygotowują studentów do akademickiej pracy i analizy zjawisk medialnych.
- Capstone Project oraz Seminar umożliwiają studentom praktyczne zastosowanie zdobytej wiedzy w realizacji projektu końcowego i prezentacji wyników.

Semestr 5:

- W piątym semestrze studenci mają możliwość wyboru przedmiotów opcjonalnych, co pozwala na pogłębienie zainteresowań w konkretnych obszarach, takich jak fotografia, marketing sztuki, stosunki międzynarodowe czy twórcze pisanie.
- Language Culture i Media Workshop kontynuują rozwój umiejętności językowych i praktycznych umiejętności medialnych.
- Capstone Project i Seminar umożliwiają studentom realizację projektu dyplomowego i refleksję nad dotychczasowymi osiągnięciami.

Semestr 6:

- Ostatni semestr koncentruje się na praktycznym wykorzystaniu umiejętności w obszarze mediów i komunikacji, w tym w mediach audiowizualnych (TV workshop) oraz public relations.

- Przedmioty opcjonalne pozwalają na pogłębienie wiedzy w wybranych obszarach, takich jak gender linguistics, semiotyka czy studia adaptacyjne.
- Filozofia oraz etyka mediów społecznościowych poszerzają perspektywę studentów na kontekst społeczny i etyczny działań w mediach.
- Projekt zarządzania w mediach i komunikacji oraz prawo autorskie i własność intelektualna stanowią przygotowanie do praktycznej pracy w branży mediów i komunikacji.

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.

Zasady realizacji ścieżek kształcenia - Capstone Project

- Studenci mogą wybrać ścieżki kształcenia odpowiadające ich zainteresowaniom i celom zawodowym, co pozwala im na skupienie się na konkretnych dziedzinach w ramach programu studiów

Podkreślenie roli seminarium i projektu dyplomowego:

- Seminarium umożliwia studentom pogłębienie wiedzy w wybranej dziedzinie specjalizacji poprzez dyskusje, prezentacje, wymianę doświadczeń - zakończone artykułem naukowym do publikacji.
- Projekt dyplomowy 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