

PROGRAM STUDIÓW

OGÓLNA CHARAKTERYSTYKA:

nazwa kierunku studiów	komunikacja i media
poziom kształcenia	studia drugiego stopnia
profil kształcenia	praktyczny
prowadzone w siedzibie czy filii	w filii we Wrocławiu
tytuł zawodowy nadawany absolwentom	magister
forma lub formy studiów	studia stacjonarne oraz studia niestacjonarne
liczba semestrów konieczna do ukończenia studiów	4 semestry
liczba punktów ECTS konieczna do ukończenia studiów	120 punktów ECTS
łącznie liczba godzin zajęć w programie studiów (największa dla całego programu, bez praktyk)	850 godzin
wymiar praktyk	480 godzin, 16 punktów ECTS
liczba godzin w programie studiów – łącznie (zajęcia i praktyki)	1330 godzin
rok rozpoczęcia cyklu kształcenia	2022/2023

I. EFEKTY UCZENIA SIĘ

Absolwent studiów uzyskuje kwalifikację pełną na poziomie 7 Polskiej Ramy Kwalifikacji.

Efekty uczenia się odnoszą się do następujących dyscyplin:

nauki o komunikacji społecznej i mediach – dyscyplina wiodąca	70% punktów ECTS
nauki o zarządzaniu i jakości	30% punktów ECTS

Symbol efektu	ABSOLWENT:
	Wiedza:
KIM2_W01	Ma pogłębioną wiedzę o naukach o komunikacji społecznej i mediach, zwłaszcza komunikacji wizualnej, projektowaniu komunikacji i komunikowaniu wizerunku.
KIM2_W02	Ma pogłębioną wiedzę o rodzajach struktur i instytucji społecznych oraz zna i rozumie uwarunkowania funkcjonowania jednostki i organizacji wynikające z otoczenia ekonomicznego, polityczno-prawnego, społeczno-kulturowego, technologicznego i międzynarodowego oraz relacji zachodzących między tymi strukturami i instytucjami.
KIM2_W03	Ma pogłębioną wiedzę obejmującą wybrane koncepcje i zagadnienia z zakresu nauk o zarządzaniu i jakości oraz szczegółową wiedzę w zakresie wybranych aspektów jej funkcjonowania w odniesieniu do obszarów komunikacji wizualnej, projektowania komunikacji i komunikowania wizerunku.
KIM2_W04	Ma pogłębioną wiedzę o różnych rodzajach więzi społecznych w zakresie komunikacji wizualnej, projektowania komunikacji i komunikowania wizerunku.
KIM2_W05	Ma pogłębioną wiedzę na temat fundamentalnych wyzwań i zmian cywilizacyjnych związanych z komunikacją i mediami. Rozumie wpływ tych wyzwań i zmian na branżę i przemysł kreatywne.
KIM2_W06	Ma pogłębioną wiedzę o człowieku jako twórcy kultury, zwłaszcza w zakresie komunikacji wizualnej i projektowania komunikacji oraz komunikowania wizerunku.
KIM2_W07	Ma pogłębioną wiedzę o metodach i technikach projektowania zmian, zarządzania i przewożenia im, ich ewolucji i możliwości ich wykorzystania w różnych typach organizacji, zarządzaniu pracą własną i grupową oraz w pracy z klientem.
KIM2_W08	Zna w sposób pogłębiony wybrane metody i narzędzia opisu odpowiednie dla nauk o komunikacji społecznej i mediach, zwłaszcza komunikacji wizualnej oraz projektowania komunikacji i komunikowania wizerunku, a także techniki pozyskiwania danych, pozwalające opisywać struktury i instytucje społeczne oraz procesy w nich i między nimi zachodzące w zakresie wybranych obszarów przemysłów kreatywnych, mediów, komunikacji wizualnej, komunikowania wizerunku.
KIM2_W09	Ma pogłębioną wiedzę o wybranych systemach norm i reguł (prawnych, organizacyjnych, zawodowych, moralnych, etycznych) organizujących struktury i instytucje społeczne w wybranych obszarach przemysłów kreatywnych, instytucji komunikacji profesjonalnej i mediów.
KIM2_W10	Zna i rozumie w stopniu zaawansowanym pojęcia i zasady z zakresu ochrony własności przemysłowej i prawa autorskiego oraz zarządzania zasobami własności intelektualnej w odniesieniu do działalności kreatywnej, komunikacji wizualnej, projektowania

	i kreowania komunikacji oraz komunikowania wizerunku.
KIM2_W11	Ma pogłębioną wiedzę o zasadach tworzenia i rozwoju indywidualnej i grupowej przedsiębiorczości, w tym o procesach komercjalizacji w obszarach przemysłów kreatywnych, instytucji medialnych oraz o zasadach pracy z klientem.
	Umiejętności:
KIM2_U01	Potrafi prawidłowo interpretować i wyjaśniać różne zjawiska społeczne oraz relacje między nimi z zakresu komunikacji wizualnej, projektowania komunikacji i komunikowania wizerunku.
KIM2_U02	Potrafi opisywać, wyjaśniać i prognozować działania organizacji w zmiennym, złożonym i niejednoznacznym kontekście lokalnym, międzynarodowym i globalnym.
KIM2_U03	Potrafi wykorzystać wiedzę teoretyczną do szczegółowego opisu przyczyn i przebiegu zjawisk społecznych z zakresu komunikacji wizualnej, projektowania komunikacji i komunikowania wizerunku, a także wykorzystać te opisy w codziennej pracy
KIM2_U04	Potrafi formułować opinie na temat wyzwań zawodowych, dobierać do tych opinii krytycznie dane i metody analizy, współpracować z otoczeniem przy rozwiązywaniu problemów i dylematów zawodowych w zakresie komunikacji i zarządzania.
KIM2_U05	Potrafi stawiać poprawne hipotezy związane z problemami wdrożeniowymi i je weryfikować, wykorzystując do tego metody i techniki właściwe dla przemysłów kreatywnych, komunikacji wizualnej, projektowania komunikacji, w tym zaawansowane techniki informacyjno-komunikacyjne.
KIM2_U06	Posiada pogłębioną umiejętność posługiwania się systemami normatywnymi oraz normami i regułami (prawnymi, zawodowymi, etycznymi) w działalności zawodowej w obszarze komunikacji wizualnej, projektowania komunikacji i komunikowania wizerunku.
KIM2_U07	Posiada pogłębioną umiejętność zarządzania pracą własną i grupową, zarządzania pracą zespołu kreatywnego oraz zespołu interdyscyplinarnego, zwłaszcza w celu rozwiązywania problemów praktycznych.
KIM2_U08	Posiada umiejętność samodzielnego proponowania rozwiązań danego problemu, podejmowania rozstrzygnięć oraz wdrażania rozwiązań w zakresie aktywności powiązanych z komunikacją wizualną, projektowaniem komunikacji i komunikowaniem wizerunku oraz zarządzaniem pracą własną i grupową.
KIM2_U09	Potrafi zaprojektować i wdrożyć zmiany (w tym innowacje) zarówno w warunkach normalnych, jak i kryzysowych, wyznaczać cele i tworzyć strategie działania, uwzględniając złożoność relacji i struktur organizacji oraz przewidując skutki planowanych działań.
KIM2_U10	Potrafi porozumiewać się na tematy związane z komunikacją społeczną i mediami, zwłaszcza komunikacją wizualną, projektowaniem komunikacji i komunikowaniem wizerunku ze zróżnicowanymi kręgami odbiorców językiem biznesowym.
KIM2_U11	Potrafi prowadzić i uczestniczyć w debacie na tematy związane z komunikacją społeczną i mediami, zwłaszcza komunikacją wizualną, projektowaniem komunikacji i komunikowaniem wizerunku.
KIM2_U12	Wykorzystując wiedzę z zakresu zarządzania, potrafi współdziałać z innymi osobami w ramach prac zespołowych i podejmować wiodącą rolę w zespołach kreatywnych.

KIM2_U13	Potrafi posługiwać się językiem angielskim na poziomie B2+ Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego z użyciem terminologii osadzonej w poszerzonym kontekście nauk o komunikacji społecznej i mediach oraz nauk o zarządzaniu i jakości.
	Kompetencje społeczne:
KIM2_K01	Jest gotów do uczenia się przez całe życie, inspirowania i organizowania procesu uczenia się innych osób. Śledzi i krytycznie analizuje najnowsze trendy w wybranych obszarach przemysłów kreatywnych, w zakresie komunikacji wizualnej, projektowania komunikacji i komunikowania wizerunku oraz prowadzenia działalności gospodarczej w tych obszarach.
KIM2_K02	Jest gotów do współpracy w grupie, przyjmując w niej różne role, w tym rolę menadżera oraz rolę lidera. Poddaje krytycznej refleksji przebieg procesów grupowych.
KIM2_K03	Krytycznie ocenia posiadaną wiedzę i odbierane treści w zakresie komunikacji medialnej, komunikacji wizualnej, kreowania komunikacji i mediów, projektowania komunikacji i komunikowania wizerunku. Projektując praktyczne rozwiązania, korzysta z wiedzy opartej na dowodach oraz zasięga opinii ekspertów danego obszaru.
KIM2_K04	Prawidłowo identyfikuje i rozstrzyga dylematy etyczne związane z wykonywaniem zawodu w wybranych obszarach przemysłów kreatywnych, komunikacji medialnej, komunikacji wizualnej, projektowania komunikacji i komunikowania wizerunku oraz zarządzania organizacją typu medialnego.
KIM2_K05	Jest gotów do kreatywnego i świadomego uczestnictwa w przygotowaniu projektów społecznych, przewidywania oraz analizowania skutków społecznych swojej działalności zorientowanej na różne grupy odbiorców oraz odpowiedzialnego zarządzania organizacją w obszarze przemysłów kreatywnych, komunikacji wizualnej, projektowania komunikacji i komunikowania wizerunku.
KIM2_K06	Uznaje znaczenie dorobku przedstawicieli zawodów związanych z komunikacją wizualną, projektowaniem komunikacji i komunikowaniem wizerunku oraz dąży do rozwoju tego dorobku.
KIM2_K07	Podtrzymuje etos zawodów związanych z komunikacją wizualną, projektowaniem komunikacji i komunikowaniem wizerunku. Czerpie z doświadczenia i dzieli się najlepszymi rozwiązaniami w wybranej przez siebie profesji.
KIM2_K08	Jest gotów do myślenia i działania w sposób przedsiębiorczy, uwzględniając kontekst społeczny, kulturowy i organizacyjny.

Symbol efektu kierunkowego tworzą:

- literowy skrót oznaczenia kierunku studiów i podkreślnik – oznaczenie kierunku studiów,
- litera W, U lub K – kategoria, odpowiednio: wiedza, umiejętności, kompetencje społeczne,
- numer porządkowy nadawany w ramach kategorii.

Efekty uczenia się zostały oryginalnie przyjęte *Uchwałą nr 14/2015 Senatu Szkoły Wyższej Psychologii Społecznej w Warszawie z dnia 25 marca 2015 r. w sprawie utworzenia w Wydziale Zamiejscowym we Wrocławiu kierunku studiów „Komunikacja i media”, studiów drugiego stopnia o profilu praktycznym, i przyjęcia efektów kształcenia*. Wprowadzane zmiany nie przekraczają 30% punktów ECTS.

II. OPIS PROCESU PROWADZĄCEGO DO UZYSKANIA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

1. WSKAŹNIKI

	STUDIA STACJONARNE	STUDIA NIESTACJONARNE
łącna liczba punktów ECTS, jaką student uzyskuje w ramach zajęć prowadzonych z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich lub innych osób prowadzących zajęcia	75 punktów ECTS	60 punktów ECTS
łącna liczba punktów ECTS, jaką student musi uzyskać w ramach zajęć z dziedziny nauk humanistycznych lub nauk społecznych – w przypadku kierunków studiów przyporządkowanych do dyscyplin w ramach dziedzin innych niż odpowiednio nauki humanistyczne lub nauki społeczne	min. 5 punktów ECTS	min. 5 punktów ECTS
wymiar praktyk zawodowych oraz liczba punktów ECTS	3 miesiące, 16 punktów ECTS, 480 godzin	3 miesiące, 16 punktów ECTS, 480 godzin
łącna liczba punktów ECTS przyporządkowana zajęciom kształtującym umiejętności praktyczne	ponad 60 punktów ECTS	ponad 60 punktów ECTS
łącna liczba punktów ECTS przyporządkowana zajęciom do wyboru [min. 30%]	40 punktów ECTS	40 punktów ECTS
łącna liczba godzin zajęć określona w programie studiów	850	522
liczba godzin w programie studiów – łącznie (zajęcia i praktyki)	1330	1002
łącna liczba punktów ECTS uzyskiwana w ramach kształcenia z wykorzystaniem metod i technik kształcenia na odległość	nie przekracza 60 punktów ECTS	nie przekracza 60 punktów ECTS
liczba godzin zajęć z wychowania fizycznego na studiach stacjonarnych	nie dotyczy	nie dotyczy

2. ZAJĘCIA

Opis koncepcji programu

Koncepcja kształcenia

Program kierunku komunikacja i media jest przyporządkowany merytorycznie do dyscypliny naukowej nauki o komunikacji społecznej i mediach (w 70 procentach, dyscyplina wiodąca) i nauki o zarządzaniu i jakości (w 30 procentach), co odzwierciedla realny układ merytoryczny programu i sformułowane dla kierunku efekty uczenia się odnoszące się do poznawanych w pogłębionym stopniu treści z zakresu wiedzy, rozwijanych umiejętności i nabywanych kompetencji.

Kierunek komunikacja i media obejmuje szeroko pojęte kształcenie praktyczne w zakresie zawodów związanych z mediami, zawodów branży kreatywnej oraz obszaru projektowania komunikacji. Koncepcja studiów zakłada, że studenci realizują spójny, trójdzielny jeśli chodzi o typy zajęć, program studiów: blok zajęć wspólnych adresowanych do wszystkich studentów kierunku pozwala na osiągnięcie tych efektów uczenia się, które odnoszą się do wiedzy, umiejętności i kompetencji w zakresie współczesnych teorii komunikacji, teorii procesów projektowych i myślenia projektowego, zaawansowanych metod badań mediów i komunikacji, prototypowania, komercjalizacji i wdrożeń, teorii, metod i narzędzi zarządzania w organizacji oraz zarządzania sobą. Pozwala także na osiągnięcie odpowiedniego poziomu biegłości językowej w zakresie języka angielskiego (B2+ ESOKJ) oraz przygotowuje do udziału w zajęciach prowadzonych w języku obcym (komunikacja profesjonalna w środowisku międzynarodowym). Drugi blok zajęć – ideowo zbieżny dla obu specjalności, zróżnicowany pod względem metodologicznym i realizacyjnym, będzie się odnosił do procesu projektowego i jego realizacji, uwidaczniającego się przede wszystkim w cyklu przedmiotów proseminarium i seminarium magisterskie (semestry II-IV) oraz warsztatów, których celem będzie realizacja intensywnych działań projektowych grupowych i pracy indywidualnej nad prototypami kreatywnymi w obrębie przygotowywanych prac magisterskich. Trzeci blok zajęć to oferowane odrębnie dla specjalności te zajęcia, które mają charakter profilowy i są adekwatne do zainteresowań przyszłych absolwentów kierunku (odpowiednio dla specjalności kreowanie mediów są to treści z zakresu wiedzy, umiejętności i kompetencji o charakterze projektowania mediów i projektowania dla mediów, tworzenia i publikowania treści w mediach, komunikacji marek, rozwiązań innowacyjnych, brandingowych; w odniesieniu do specjalności komunikacja wizualna projektowania komunikacji, wizualizacji danych, prototypowania rozwiązań wizualnych, planowania, doboru i wykorzystania narzędzi kreacji wizualnej do projektowania innowacji).

Przyjęcia na studia, harmonogram realizacji programu studiów

Studia komunikacja i media są adresowane do kandydatów, których zainteresowania oscylują wokół pomyślanych jako praktyczne i projektowe, studia przygotowujące do pracy w obszarze przemysłów kreatywnych, przemysłów medialnych, projektowania i wdrażania rozwiązań komunikacyjnych, projektowania wizualnego, także rozwijania własnej działalności kreatywnej, proponowania i wdrażania rozwiązań innowacyjnych, startupowych i komercjalizacji autorskich projektów medialnych i komunikacyjnych, także w środowisku międzynarodowym.

Na studia obowiązuje rekrutacja na kierunek, a następnie na wybraną specjalność (zajęcia specjalnościowe są realizowane od pierwszego semestru studiów, a profil kompetencyjny kandydata rzutuje na wybór specjalności):

- Kreowanie mediów: specjalność w szczególności adresowana do absolwentów dziennikarstwa i komunikacji społecznej, komunikacji wizerunkowej, zarządzania i marketingu, politologii, socjologii, grafiki, projektowania;
- Komunikacja wizualna: specjalność w szczególności adresowana do absolwentów grafiki, grafiki projektowej i użytkowej, komunikacji wizerunkowej, dziennikarstwa i komunikacji społecznej, zarządzania i marketingu, politologii, socjologii.

Sylwetka absolwenta

Absolwent kierunku komunikacja i media jest przygotowany do wykonywania samodzielnej i zespołowej pracy w mediach i przemysłach medialnych. Zna najnowsze teorie komunikacji społecznej w połączeniu z kulturą medialną, umie interpretować dyskurs medialny i projektować na tej podstawie zmiany i określać trendy społeczne. Jest przygotowany do pracy w środowisku międzykulturowym (społecznie i językowo). Umie myśleć i działać projektowo zarówno jako wykonawca, jak i moderator realizacji projektu, prowadzić działania kreatywne od koncepcji do wdrożenia i komercjalizacji. Jest przygotowany do pracy w mediach różnych typów, w agencjach kreatywnych, instytucjach komunikacji w sferze publicznej, prowadzenia własnej działalności w obszarze przemysłów kreatywnych.

Jest przygotowany do pracy w środowisku międzykulturowym (społecznie i językowo). Umie myśleć i działać projektowo zarówno jako wykonawca, jak i moderator realizacji projektu, prowadzić działania kreatywne od koncepcji do wdrożenia i komercjalizacji.

Zajęcia obowiązkowe

Studenci realizują zajęcia obowiązkowe zgodnie z poniższymi wymiarami:

Nazwa przedmiotu	punkty ECTS
Controlling i ewaluacja procesów komunikacyjnych	4
Creative coding	3
Design thinking	3
Język angielski w zastosowaniu zawodowym (1-3)	9
Komercjalizacja i aplikacyjność	3
Komunikacja profesjonalna w zespole międzynarodowym	3
Kreacja	6
Kreacja audiowizualna	3
Prototypowanie	6
Psychologia kreatywności	3
Teoria i praktyka projektowania komunikacji	4
User experience design	3
Zarządzanie różnorodnością	3
RAZEM:	53

Zajęcia specjalnościowe

Studenci realizują zajęcia specjalnościowe w kolejnych semestrach, w wymiarze:

	Łączny wymiar punktów ECTS
semestr 1	17
semestr 2	21
semestr 3	18
semestr 4	11
RAZEM:	67

W ramach programu studiów studenci dokonują wyboru łącznie 40 punktów ECTS:

	Łączny wymiar punktów ECTS
semestr 1	7
semestr 2	4
semestr 3	18
semestr 4	11
RAZEM:	40

Specjalności na kierunku studiów:

- Kreowanie mediów
- Komunikacja wizualna

Studenci realizują zajęcia specjalnościowe zgodnie z poniższymi wymiarami:

Nazwa specjalności	Nazwa przedmiotu	punkty ECTS
Wspólne dla obu specjalności	Praktyka zawodowa	16
	Proseminarium	4
	Seminarium magisterskie 1	6
	Seminarium magisterskie 2	7
	RAZEM:	33
Kreowanie mediów	Aplikacje mobilne	4
	Brand Experience	6
	Fundraising	3
	Przedmiot do wyboru 1	3
	Przedmiot do wyboru 2	4
	Przedmiot do wyboru 3	4
	Przemiany kultury: perspektywa globalna	4
	Semiotyka tekstu i obrazu	3
	Teorie komunikacji: perspektywa interdyscyplinarna	3
RAZEM:	34	
Komunikacja wizualna	Alternatywne doktryny projektowe	3
	Creative Writing – formy zaawansowane	4
	Diagnostyka	6
	Dyskursy wizualne	3
	Systemy wizualne	3
	Planowanie i organizacja projektu	4
	Przedmiot do wyboru 1	3
	Przedmiot do wyboru 2	4
	Przedmiot do wyboru 3	4
RAZEM:	34	

Zajęcia kształtujące umiejętności praktyczne

Nazwa specjalności	Nazwa przedmiotu	punkty ECTS
Wspólne dla obu specjalności	Controlling i ewaluacja procesów komunikacyjnych	4
	Creative Coding	3
	Design thinking	3
	Język angielski w zastosowaniu zawodowym 1	3
	Język angielski w zastosowaniu zawodowym 2	3
	Język angielski w zastosowaniu zawodowym 3	3
	Komercjalizacja i aplikacyjność	3
	Kreacja wizualna	3
	Praktyka zawodowa	16
	User experience design	3
	Zarządzanie różnorodnością	3
	RAZEM:	47
Kreowanie mediów	Aplikacje mobilne	4
	Fundraising	3
	Przedmiot do wyboru 1	3
	Przedmiot do wyboru 2	4
	Przedmiot do wyboru 3	4
	Przemiany kultury: perspektywa globalna	4
	Semiotyka tekstu i obrazu	3
	RAZEM:	25
Komunikacja wizualna	Aplikacje mobilne	4
	Creative Writing – formy zaawansowane	4
	Dyskursy wizualne	3
	Fundraising	3
	Systemy wizualne	3
	Planowanie i organizacja projektu	4
	Przedmiot do wyboru 1	3
	RAZEM:	24

Opis sposobów weryfikacji efektów uczenia się

Osiągnięcie efektów uczenia się weryfikowane jest w procesie zaliczania poszczególnych zajęć na podstawie zadań określonych w sylabusach zajęć i grup zajęć. Metody weryfikacji efektów uczenia się przewidują ocenę zdolności zastosowania wiedzy i umiejętności w projektach praktycznych oraz ocenę kompetencji społecznych w trakcie nauki własnej, pracy grupowej i uczestnictwa w procesie pracy projektowej. W szczególności stosowane są następujące metody:

- Do oceny wiedzy:
 - praca pisemna;
 - sprawdzian pisemny, także w formie testu z wyborem odpowiedzi;
 - sprawdzian ustny;
 - przygotowanie i przedstawienie prezentacji.
- Do oceny umiejętności:
 - przygotowanie i przedstawienie prezentacji;
 - przygotowanie i przeprowadzenie ćwiczenia/zadania;
 - projekt indywidualny;
 - projekt grupowy;
 - udział w debacie;
 - realizacja zadań w trakcie zajęć;
 - realizacja zadań w ramach pracy własnej;
 - realizacja zadań w trakcie praktyki zawodowej.
- Do oceny kompetencji społecznych:
 - praca w grupie w różnych rolach i komunikacji w grupie;
 - umiejętność prezentacji i omówienia projektu i jego jakość;
 - prace pisemne i wystąpienia ustne;
 - umiejętność pracy indywidualnej;
 - rozwiązywanie problemów;
 - realizacja zadań w trakcie zajęć;
 - realizacja zadań w ramach pracy własnej;
 - realizacja zadań w trakcie praktyki zawodowej.

3. PRAKTYKI

Studenci realizują praktyki w wymiarze 3 miesięcy, łącznie 16 punktów ECTS i 480 godzin praktyk.

Praktyki mogą być realizowane w częściach.

Praktyki zawodowe mają na celu uzyskanie przez studenta wiedzy, umiejętności i kompetencji pod opieką osoby zajmującej się wykonywaniem pracy związanej z efektami uczenia się oraz w realnych warunkach wykonywania takiej pracy. Miejsca praktyk są dobierane przez uczelnię, możliwe jest także – na wniosek studenta – odbywanie praktyki indywidualnej w miejscu wybranym przez studenta, po uprzednim uzyskaniu zgody uczelni. Zarówno miejsca praktyk, jak i kompetencje osób odpowiedzialnych za ich realizację są weryfikowane i ewaluowane przez uczelnię. Zgodność charakteru wykonywanej tam pracy z założeniami dla praktyk efektami uczenia się jest sprawdzana przed ich realizacją, a osiągnięcie zatwierdzonych w ten sposób efektów jest warunkiem uzyskania zaliczenia przedmiotu.

4. PRACA DYPLOMOWA

Student wykonuje pracę dyplomową, która jest opracowaniem przeprowadzonych badań, studium przypadku lub zagadnienia na podstawie literatury. Praca dyplomowa powinna mieć charakter aplikacyjny, może powstać jako praca wdrożeniowa z udziałem podmiotów zewnętrznych, w tym jako praca o charakterze dualnym, w której w procesie dyplomowania może brać udział reprezentant otoczenia społeczno-gospodarczego jako promotor pomocniczy.

Proces przygotowania pracy dyplomowej trwa 2 semestry.

5. EGZAMIN DYPLOMOWY

Warunkiem ukończenia studiów jest złożenie egzaminu dyplomowego.