

## PROGRAM STUDIÓW

### OGÓLNA CHARAKTERYSTYKA:

nazwa kierunku studiów	<b>Grafika reklamowa i multimedia</b>
poziom kształcenia	<b>studia pierwszego stopnia</b>
profil kształcenia	<b>praktyczny</b>
tytuł zawodowy nadawany absolwentom	licencjat
forma lub formy studiów	studia stacjonarne i studia niestacjonarne
liczba semestrów konieczna do ukończenia studiów	6 semestrów dla formy stacjonarnej 7 semestrów dla formy niestacjonarnej
liczba punktów ECTS konieczna do ukończenia studiów	180 punktów ECTS
łącznie liczba godzin zajęć w programie studiów (największa dla całego programu, bez praktyk)	1678 godzin
wymiar praktyk	960 godzin (720 godzin zegarowych), 24 punkty ECTS
liczba godzin w programie studiów – łącznie (zajęcia i praktyki)	2638 godzin
język wykładowy	język polski
<b>rok rozpoczęcia cyklu kształcenia</b>	<b>2023/2024</b>

## I. EFEKTY UCZENIA SIĘ

Absolwent(-tka) studiów uzyskuje kwalifikację pełną na poziomie 6 Polskiej Ramy Kwalifikacji.

Efekty uczenia się odnoszą się do następujących dyscyplin:

sztuki plastyczne i konserwacja dzieł sztuki (dziedzina sztuki) – dyscyplina wiodąca	85% punktów ECTS
nauki o komunikacji społecznej i mediach	15% punktów ECTS

Symbol efektu	ABSOLWENT(-KA):
	<b>Wiedza:</b>
K_W01	zna w zaawansowanym stopniu oddziaływanie i zasady tworzenia zróżnicowanych form komunikacji wizualnej w kontekście wiedzy z zakresu sztuk plastycznych i konserwacji dzieł sztuki oraz dziedzin pokrewnych, w szczególności nauk o komunikacji społecznej i mediach oraz rozumie wpływ osiągnięć tych nauk na praktykę projektowania grafiki użytkowej, interakcji i/lub multimedialnych
K_W02	w zaawansowanym stopniu zna i rozumie znaczenie, zasady i metodologię projektowania uniwersalnego w zakresie grafiki cyfrowej, interaktywnej i multimedialnych dla różnych grup odbiorców
K_W03	w zaawansowanym stopniu zna i rozumie zasady i przebieg procesów projektowych typowych dla wybranych specjalności zawodowych projektanta(-ki) grafiki użytkowej, interaktywnej i/lub multimedialnych, w tym niezbędną metodologię badań projektowych
K_W04	zna zasady posługiwania się ekspresją artystyczną oraz umiejętnościami warsztatowymi właściwymi dla wybranych pokrewnych aktywności artystycznych, w tym fotografii, rysunku i/lub filmu i edycji dźwięku i rozumie, jak zastosować te zasady w kreacji projektów dla branży reklamowej i medialnej
K_W05	w zaawansowanym stopniu zna i rozumie ekonomiczne i prawne uwarunkowania tworzenia i implementacji projektów z zakresu grafiki reklamowej, interaktywnej i multimedialnej
K_W06	w zaawansowanym stopniu zna i rozumie etyczny charakter decyzji projektowych oraz rozpoznaje skalę społecznego i przyrodniczego oddziaływania pracy projektanta(-ki) grafiki użytkowej, interaktywnej i/lub multimedialnych
K_W07	w zaawansowanym stopniu zna i rozumie pojęcia z zakresu ochrony własności intelektualnej i praw autorskich w zakresie niezbędnym do przestrzegania cudzych praw oraz ochrony własnych
K_W08	zna i rozumie zasady bezpieczeństwa i higieny pracy mające zastosowanie do pracy projektanta(-ki) grafiki użytkowej, interaktywnej i/lub multimedialnych
K_W09	zna i rozumie ekonomiczne, prawne i marketingowe uwarunkowania otwierania i prowadzenia działalności zawodowej w formach typowych dla zawodu projektanta(-ki) grafiki użytkowej, interaktywnej i/lub multimedialnej w branży reklamowej i medialnej
K_W10	zna podstawowe linie rozwojowe sztuk wizualnych i ich tło społeczne oraz rozumie w sposób zaawansowany wpływ reprezentatywnych dzieł sztuki i kultury popularnej na historię i współczesność projektowania graficznego i multimedialnych
K_W11	w zaawansowanym stopniu zna i rozumie współczesne trendy technologiczne w tworzeniu grafiki użytkowej, interakcji i multimedialnych, w tym wpływ ciągłego rozwoju technologii na przebieg procesu projektowego, metody interakcji z odbiorcą oraz wyświetlania i powielania dzieł
K_W12	w zaawansowanym stopniu zna szeroki kontekst społeczny, rynkowy i polityczny funkcjonowania dzieł z zakresu projektowania graficznego, multimedialnego

	i interaktywnego oraz rozumie relacje i zależności między procesem projektowym a teoriami właściwymi dla dizajnu i nauk o komunikacji społecznej i mediach
	<b>Umiejętności:</b>
K_U01	potrafi wykorzystywać posiadaną wiedzę z zakresu sztuki użytkowej, komunikacji społecznej i mediów oraz z dziedzin pokrewnych do zaplanowania i poprowadzenia procesu projektowego w zakresie grafiki użytkowej, interaktywnej i/lub multimedialnych
K_U02	potrafi dokonać selekcji, analizy i krytycznej oceny informacji na potrzeby realizacji zadań z obszaru grafiki użytkowej, interaktywnej i/lub multimedialnych
K_U03	potrafi ocenić dobór narzędzi badawczych i analitycznych do formułowania założeń, realizacji i ewaluacji projektów z zakresu grafiki użytkowej, interaktywnej i/lub multimedialnych
K_U04	potrafi wykorzystać wiedzę z zakresu nauk o komunikacji społecznej i mediach dla efektywnego komunikowania się z odbiorcą projektów z zakresu grafiki użytkowej, interaktywnej i/lub multimedialnych a także podczas pracy zespołowej, stosować adekwatne, zaawansowane techniki informacyjno-komunikacyjne
K_U05	potrafi formułować problemy projektowe w oparciu o wiedzę na temat potrzeb rynku i użytkownika, a także w zakresie grafiki użytkowej, interaktywnej i/lub multimedialnych generować rozwiązania o potencjale wdrożeniowym
K_U06	potrafi posługiwać się własną ekspresją artystyczną dla konstruowania dzieł z zakresu projektowania graficznego i/lub multimedialnych w oparciu o własne koncepcje projektowe i posiadane umiejętności
K_U07	potrafi dobrać odpowiednie narzędzia warsztatu artystycznego, w tym cyfrowe techniki i technologie, dla realizacji projektów z zakresu grafiki użytkowej, interaktywnej i/lub multimedialnych
K_U08	potrafi za pomocą wyobraźni, intuicji i emocjonalności proponować różnorodne i nawiązujące do odmiennych stylów rozwiązania problemu projektowego z zakresu grafiki użytkowej, interaktywnej i/lub multimedialnych
K_U09	potrafi rozwijać własny warsztat artystyczny poprzez ciągłe samodoskonalenie za pomocą różnych technik oraz w celu realizacji zróżnicowanych koncepcji
K_U10	potrafi efektywnie komunikować się z wykorzystaniem terminologii z zakresu grafiki użytkowej, interaktywnej i/lub multimedialnych oraz wiedzy z zakresu komunikacji społecznej
K_U11	potrafi brać udział w dyskusji na temat projektów z zakresu grafiki użytkowej i/lub multimedialnych oraz przedstawiać i oceniać różne opinie za pomocą logicznych argumentów opartych o wiedzę z dziedziny Sztuki plastycznej i konserwacja dzieł sztuki, również w języku angielskim, zarówno ustnie jak i pisemnie
K_U12	potrafi posługiwać się językiem obcym na poziomie B2 Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego
K_U13	potrafi w sposób efektywny oraz z zachowaniem zasad adekwatnych do okoliczności publicznie prezentować własne projekty i dokonania z zakresu grafiki użytkowej, interaktywnej i/lub multimedialnych
K_U14	potrafi planować i organizować indywidualny proces projektowy z zakresu grafiki użytkowej, interaktywnej i/lub multimedialnych, a także jako projektant/ka grafiki użytkowej, interaktywnej i/lub multimedialnych współdziałać w zespole interdyscyplinarnym
K_U15	potrafi realizować potrzebę uczenia się przez całe życie poprzez nieustanne podnoszenie kompetencji zawodowych w obszarze projektowania graficznego i/lub multimedialnych, także poprzez uczestnictwo w życiu kulturalnym
	<b>Kompetencje społeczne:</b>
K_K01	jest gotów(-owa) do świadomej, krytycznej oceny pozyskanych informacji, a na tej podstawie

	dokonywania świadomych wyborów projektowych w procesie tworzenia dzieła graficznego, interaktywnego i/lub multimedialnego z zakresu sztuki użytkowej
K_K02	jest gotów(-owa) do umiejętnego korzystania z własnej wiedzy i doświadczenia oraz konstruktywnej współpracy ze specjalistami z dziedzin innych niż sztuki plastyczne i konserwacja dzieł sztuki oraz nauki o komunikacji społecznej i mediach
K_K03	jest gotów(-owa) do celowego i świadomego korzystania z własnej wyobraźni, intuicji, emocjonalności i zdolności do twórczego myślenia w trakcie pracy projektowej, również w warunkach zmiennych, oraz w trakcie prezentowania efektów własnej pracy
K_K04	jest gotów(-owa) do podejmowania działań na rzecz środowiska społecznego, w którym funkcjonuje oraz przyjęcia odpowiedzialności za oddziaływanie własnej pracy na to środowisko
K_K05	jest gotów(-owa) do tworzenia perswazyjnego i informacyjnego przekazu wizualnego lub audiowizualnego na potrzeby ważnych społecznie tematów
K_K06	jest gotów(-owa) do myślenia i działania w sposób przedsiębiorczy w obszarze grafiki użytkowej i multimedii oraz komunikacji społecznej
K_K07	jest gotów(-owa) do tworzenia społecznie odpowiedzialnej, zrozumiałej i przystępnej w formie komunikacji wizualnej
K_K08	jest gotów(-owa) do podejmowania dyskusji na temat wpływu realizowanych przez siebie projektów z zakresu grafiki użytkowej, interaktywnej i/lub multimedii na środowisko społeczne i przyrodnicze oraz dokonywania samooceny w zakresie etycznego wymiaru swojej pracy
K_K09	jest gotów(-owa) do przestrzegania zasad etyki zawodowej projektanta(-ki), które są zawarte w publikacjach branżowych stowarzyszeń, oraz do klarownego komunikowania tych zasad otoczeniu
K_K10	jest gotów(-owa) do podejmowania odpowiedzialności za zachowanie dziedzictwa kulturowego w zakresie sztuk wizualnych oraz dbałości o przestrzeganie i propagowanie dobrych praktyk zawodowych obowiązujących w dziedzinie projektowania graficznego, interaktywnego i multimedialnego
K_K11	jest gotów(-owa) do samodzielnej realizacji niezależnych projektów z zakresu grafiki użytkowej, interaktywnej i/lub multimedii w oparciu o poprawnie przeprowadzony proces projektowy

## II. OPIS PROCESU PROWADZĄCEGO DO UZYSKANIA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

### 1. WSKAŹNIKI

	STUDIA STACJONARNE	STUDIA NIESTACJONARNE
łącna liczba punktów ECTS, jaką student(-ka) uzyskuje w ramach zajęć prowadzonych z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich lub innych osób prowadzących zajęcia	155 punktów ECTS	nie określa się
łącna liczba punktów ECTS, jaką student(-ka) musi uzyskać w ramach zajęć <b>z dziedziny nauk humanistycznych</b> lub nauk społecznych - w przypadku kierunków studiów przyporządkowanych do dyscyplin w ramach dziedzin innych niż odpowiednio nauki humanistyczne lub nauki społeczne	6 punktów ECTS (Historia sztuki i projektowania, Historia kultury audiowizualnej, Analiza semiotyczna przekazu wizualnego)	6 punktów ECTS (Historia sztuki i projektowania, Historia kultury audiowizualnej, Analiza semiotyczna przekazu wizualnego)
<b>wymiar praktyk zawodowych oraz liczba punktów ECTS</b>	<b>6 miesięcy, 24 punkty ECTS, 960 godzin (720 godzin zegarowych)</b>	<b>6 miesięcy, 24 punkty ECTS, 960 godzin (720 godzin zegarowych)</b>
łącna liczba punktów ECTS przyporządkowana zajęciom kształtującym umiejętności praktyczne	148 punktów ECTS	148 punktów ECTS
łącna liczba punktów ECTS przyporządkowana zajęciom do wyboru (min. 30%)	91 punktów ECTS	91 punktów ECTS
<b>łącna liczba godzin zajęć określona w programie studiów</b>	<b>1678</b>	<b>951</b>
udział godzin zajęć prowadzonych przez nauczycieli akademickich zatrudnionych w uczelni jako podstawowym miejscu pracy	co najmniej 50%	co najmniej 50%
<b>liczba godzin w programie studiów – łącznie zajęcia i praktyki)</b>	<b>2638</b>	<b>1911</b>
łącna liczba punktów ECTS uzyskiwana w ramach kształcenia z wykorzystaniem metod i technik kształcenia na odległość	nie przekracza 50 punktów ECTS	nie przekracza 50 punktów ECTS
liczba godzin zajęć z wychowania fizycznego na studiach stacjonarnych	60 godzin, 0 punktów ECTS	nie dotyczy

## 2. ZAJĘCIA

### Koncepcja programu

Oferta studiów na kierunku Grafika reklamowa i multimedia jest odpowiedzią na zdiagnozowane wśród pracodawców zapotrzebowanie na odpowiednio wykształconych specjalistów z tej dziedziny. Wyższa Szkoła Europejska im. ks. Józefa Tischnera w Krakowie ma na celu wsparcie procesu dalszej profesjonalizacji zawodu projektanta(-ki) grafiki i multimedialnych, w tym także uzupełnienia umiejętności wybierających go osób o szeroki zakres kompetencji społecznych. Sygnały płynące od pracodawców oraz liczne opracowania podejmujące kwestie uwarunkowań branżowego rynku pracy wskazują wyraźnie, że dopiero taka kombinacja kompetencji gwarantuje efektywną działalność zawodową, a tym samym sprostanie oczekiwaniom odbiorców.

Refleksja nad zwiększeniem przewagi konkurencyjnej naszych absolwentów(-tek) doprowadziła Wyższą Szkołę Europejską im. ks. Józefa Tischnera do przekonania, że celem kształcenia studentów(-ek) na kierunku Grafika reklamowa i multimedia będzie przekazanie interdyscyplinarnej i zorientowanej na użytkownika wiedzy oraz umiejętności w zakresie projektowania graficznego, multimedialnego i interaktywnego, a także wykształcenie postaw przedsiębiorczych i innowacyjnych, tak w zakresie doskonalenia warsztatu, jak i rozwoju osobistej kariery zawodowej.

Absolwent(-ka) kierunku Grafika reklamowa i multimedia zyska wiedzę pozwalającą poznać kontekst oraz zasady prowadzenia działalności w sferze medialnej i promocyjno-reklamowej. Posiadzie ponadto wiedzę dającą podstawy identyfikacji, zrozumienia i zaspokojenia potrzeb odbiorców podejmowanych przez siebie działań projektowych, komunikacyjnych i promocyjnych. Wiedza absolwenta(-ki) kierunku obejmuje znajomość trendów, pojęć, zasad i narzędzi związanych z realizacją prac z zakresu grafiki użytkowej i multimedialnych, a także warunkujących je wymogów praktyki czy wspierających je technologii.

Absolwent(-ka) będzie posiadał umiejętności w zakresie badań dla projektowania, planowania, realizacji i ewaluacji projektów z zakresu grafiki użytkowej, interaktywnej i multimedialnych oraz strategii, kampanii czy akcji ich komunikowania i promocji. Realizując te procesy, będzie umiał(-ła) zastosować nie tylko optymalne narzędzia, ale i warunkujące ich wykorzystanie przepisy prawa, a także będzie respektował(-ła) adekwatne do nich dobre praktyki, zasady zawodowe i etyczne. Kierunek Grafika reklamowa i multimedia przygotowuje ponadto studenta(-kę) do podejmowania i prowadzenia działalności rynkowej.

Celem kierunku jest również wykształcenie u studentów(-tek) świadomości konieczności stałego poszerzania wiedzy i doskonalenia swoich umiejętności w zakresie projektowania grafiki, interakcji i multimedialnych. W konsekwencji kształcenia absolwent(-tka) powinien być zdolny(-a) do indywidualnej i zespołowej pracy nad projektem oraz jego atrakcyjnej prezentacji, również na forum publicznym. W pracy projektowej będzie korzystał świadomie z dziedzictwa kulturowego kraju i światowych osiągnięć projektowania. Będzie efektywnie działał w branży reklamy i mediów, wykorzystując zdobytą wiedzę, umiejętności oraz zdolności do kreatywnego myślenia.

### Ścieżki kształcenia

Kursy w ramach kierunku dzielą się na następujące grupy:

- wspólne, służące przekazaniu treści związanych z wiedzą z zakresu sztuk plastycznych i konserwacji dzieł sztuki oraz nauk o komunikacji społecznej i mediach;
- wspólne, dotyczące praktycznych aspektów pracy projektanta(-ki) graficznego, projektanta(-ki) doświadczeń użytkownika oraz grafika multimedialnego: zapoznające z rolami i zadaniami poszczególnych członków zespołu projektowego oraz kształtujące właściwe postawy i kompetencje niezbędne w pracy projektanta(-ki);
- specjalnościowe dla ścieżek: projektowanie graficzne, projektowanie doświadczeń użytkownika oraz multimedia, kształtujące w zakresie wiedzy i umiejętności specjalistycznych, właściwych dla wybranej ścieżki kształcenia;

Możliwości kontynuacji kształcenia przez absolwentów(-ki) kierunku Grafika reklamowa i multimedia  
 Poziom kształcenia na studiach licencjackich Grafika reklamowa i multimedia zapewni absolwentom(-kom) wiedzę i umiejętności pozwalające na dalszą edukację i możliwość podjęcia studiów magisterskich na kierunkach związanych z grafiką cyfrową i multimediami.

Możliwości zatrudnienia absolwentów(-ek) kierunku Grafika reklamowa i multimedia

Absolwenci(-ki) kierunku Grafika reklamowa i multimedia są przygotowani do pracy:

- w agencjach reklamowych, interaktywnych, marketingowych, wydawnictwach i studiach graficznych – jako grafik lub osoba tworząca narzędzia multimedialne, albo doradca klienta pośredniczący między klientem a zespołem grafików i copywriterów;
- w działach marketingu małych i średnich firm – wszędzie tam, gdzie pracują małe zespoły i potrzebne są wszechstronne umiejętności: od zaplanowania kampanii promocyjnej i stworzenie media planu, przez zaprojektowanie graficzne materiałów promocyjnych i reklam, kontakt z drukarniami i mediami, samodzielną realizację krótkiego filmu, realizację prostej aplikacji lub strony internetowej, aż po przygotowanie szefa do wystąpień publicznych albo zespołu handlowców do spotkań z klientem;
- jako grafik – freelancer – prowadzący samodzielną działalność gospodarczą i realizujący różne projekty na rzecz swoich klientów.

Przebieg kariery absolwentów(-ek) jest monitorowany za pomocą regularnych badań losów absolwentów (-ek).

**Wymiar zajęć**

Studenci(-ki) realizują zajęcia zgodnie z poniższymi wymiarami:

Nazwa przedmiotu	punkty ECTS
Historia sztuki	1
Historia projektowania	1
Socjologia sztuki i projektowania	3
Historia kultury audiowizualnej	1
Komunikacja wizualna 1	3
Komunikacja wizualna 2	2
Projektowanie uniwersalne 1	3
Projektowanie uniwersalne 2	2
Podstawy krytycznego myślenia	1
Techniki prezentacji	1
Typografia 1	3
Typografia 2	2
Kaligrafia	1
Psychologia zachowań konsumentów i użytkowników	1
Techniki badań użytkownika i rynku	3
Rysunek i kompozycja 1	2
Rysunek i kompozycja 2	3
Scenorys - podstawy	2
Podstawy oprogramowanie graficznego	1
Narzędzia do grafiki rastrowej 1	2
Narzędzia do grafiki rastrowej 2	2
Narzędzia do grafiki wektorowej 1	2

Narzędzia do grafiki wektorowej 2	2
Narzędzia do animacji i postprodukcji 1	2
Narzędzia do animacji i postprodukcji 2	2
Prawo i etyka w projektowaniu	1
Architektura informacji	1
Narzędzia w procesie projektowym	2
Reklama w mediach tradycyjnych i społecznościowych	3
Podstawy zarządzania marką	1
Kultura akademicka 1	2
Kultura akademicka 2	1
BHP	0
Język angielski 1	3
Język angielski 2	3
Język angielski 3	3
Język angielski 4	3
Język angielski specjalistyczny	3
Analiza semiotyczna przekazu wizualnego	3
Fotografia 1	3
Fotografia 2	3
Zarządzanie promocją organizacji w mediach	2
Komunikacja z klientem	1
Zarządzanie karierą	1
Wprowadzenie do praktyk	1
Proseminarium	1
Seminarium dyplomowe 1	7
Seminarium dyplomowe 2	11
Praktyka zawodowa 1	8
Praktyka zawodowa 2	8
Praktyka zawodowa 3	8
Fakultety	3
Przedmioty ze ścieżki kształcenia	46
<b>RAZEM:</b>	<b>180</b>

#### Wychowanie fizyczne

Na studiach stacjonarnych studenci realizują wychowanie fizyczne w wymiarze łącznie 60 godzin, 2 przedmioty po 30 godzin po 0 ECTS, zaplanowane w dwóch kolejnych semestrach.

#### **Zajęcia do wyboru**

Studenci(-tki) realizują zajęcia do wyboru w łącznym wymiarze 91 punktów ECTS.

Nazwa przedmiotu	punkty ECTS
Fakultety	3
Seminarium dyplomowe 1	7
Seminarium dyplomowe 2	11
Praktyka zawodowa 1	8



<b>Praktyka zawodowa 2</b>	<b>8</b>
<b>Praktyka zawodowa 3</b>	<b>8</b>
<b>Przedmioty ze ścieżki kształcenia</b>	<b>46</b>
<b>RAZEM:</b>	<b>91</b>

### Zajęcia kształtujące umiejętności praktyczne

W programie studiów 148 punktów ECTS przeznaczonych jest na kształtowanie umiejętności praktycznych, na co składają się następujące przedmioty:

<b>Nazwa przedmiotu</b>	<b>punkty ECTS</b>
Komunikacja wizualna 1	2
Komunikacja wizualna 2	2
Projektowanie uniwersalne 1	2
Projektowanie uniwersalne 2	2
Podstawy krytycznego myślenia	1
Techniki prezentacji	1
Typografia 1	2
Typografia 2	2
Kaligrafia	1
Techniki badań użytkownika i rynku	2
Rysunek i kompozycja 1	2
Rysunek i kompozycja 2	3
Scenorys - podstawy	2
Podstawy oprogramowanie graficznego	1
Narzędzia do grafiki rastrowej 1	2
Narzędzia do grafiki rastrowej 2	2
Narzędzia do grafiki wektorowej 1	2
Narzędzia do grafiki wektorowej 2	2
Narzędzia do animacji i postprodukcji 1	2
Narzędzia do animacji i postprodukcji 2	2
Architektura informacji	1
Narzędzia w procesie projektowym	2
Reklama w mediach tradycyjnych i społecznościowych	2
Podstawy zarządzania marką	1
Kultura akademicka 1	2
Kultura akademicka 2	1
Analiza semiotyczna przekazu wizualnego	3
Fotografia 1	3
Fotografia 2	3
Zarządzanie promocją organizacji w mediach	2
Komunikacja z klientem	1
Zarządzanie karierą	1
Proseminarium	1

<b>Seminarium dyplomowe 1</b>	<b>7</b>
<b>Seminarium dyplomowe 2</b>	<b>11</b>
<b>Praktyka zawodowa 1</b>	<b>8</b>
<b>Praktyka zawodowa 2</b>	<b>8</b>
<b>Praktyka zawodowa 3</b>	<b>8</b>
<b>Przedmioty ze ścieżki kształcenia</b>	<b>46</b>
<b>RAZEM:</b>	<b>148</b>

### Zajęcia ze ścieżek kształcenia

Studenci(-tki) realizują zajęcia w ramach ścieżek w kolejnych semestrach, w wymiarze:

	Łączny wymiar punktów ECTS
semestr 3	16
semestr 4	13
semestr 5	10
semestr 6	7
<b>RAZEM:</b>	<b>46</b>

Ścieżki kształcenia na kierunku studiów:

1. Projektowanie graficzne
2. Projektowanie doświadczeń użytkownika (UX)
3. Multimedia

Studenci(-tki) realizują zajęcia ze ścieżek kształcenia zgodnie z poniższymi wymiarami:

Ścieżka	Nazwa przedmiotu	punkty ECTS
Projektowanie graficzne	<b>Struktury wizualne</b>	<b>2</b>
	<b>Systemy identyfikacji wizualnej 1</b>	<b>2</b>
	<b>Systemy identyfikacji wizualnej 2</b>	<b>2</b>
	<b>Systemy identyfikacji wizualnej 3</b>	<b>2</b>
	<b>Systemy identyfikacji wizualnej 4</b>	<b>2</b>
	<b>Projektowanie przekazu reklamowego 1</b>	<b>2</b>
	<b>Projektowanie przekazu reklamowego 2</b>	<b>2</b>
	<b>Projektowanie przekazu reklamowego 3</b>	<b>3</b>
	<b>Projektowanie opakowań 1</b>	<b>3</b>
	<b>Projektowanie opakowań 2</b>	<b>3</b>
	<b>Grafika informacyjna 1</b>	<b>4</b>
	<b>Grafika informacyjna 2</b>	<b>3</b>
	<b>Przygotowanie do druku</b>	<b>1</b>
	<b>Grafika edytorska 1</b>	<b>2</b>
	<b>Grafika edytorska 2</b>	<b>2</b>

	<b>Grafika edytorska 3</b>	<b>2</b>
	<b>Wprowadzenie do audiodeskrpcji i tyflografiki</b>	<b>1</b>
	<b>Narzędzia do składu wielostronicowego</b>	<b>2</b>
	<b>Warsztaty projektowe PG</b>	<b>4</b>
	<b>Technologie i podłoża drukarskie</b>	<b>2</b>
	<b>RAZEM:</b>	<b>46</b>
Projektowanie doświadczeń użytkownika (UX)	<b>Badania w projektowaniu UX 1</b>	<b>4</b>
	<b>Badania w projektowaniu UX 2</b>	<b>3</b>
	<b>Modelowanie i architektura produktu 1</b>	<b>4</b>
	<b>Modelowanie i architektura produktu 2</b>	<b>3</b>
	<b>Narzędzia warsztatowe</b>	<b>2</b>
	<b>Myślenie wizualne</b>	<b>2</b>
	<b>Proces projektowy 1</b>	<b>2</b>
	<b>Proces projektowy 2</b>	<b>2</b>
	<b>Wstęp do projektowania doświadczeń użytkownika</b>	<b>2</b>
	<b>Projektowanie interfejsów graficznych 1</b>	<b>3</b>
	<b>Projektowanie interfejsów graficznych 2</b>	<b>4</b>
	<b>Projektowanie interfejsów graficznych 3</b>	<b>2</b>
	<b>Projektowanie układu treści (UX writing)</b>	<b>2</b>
	<b>Internetowe języki programowania</b>	<b>2</b>
	<b>Strategia UX</b>	<b>2</b>
	<b>Warsztaty projektowe UX</b>	<b>4</b>
	<b>Wizualizacja danych</b>	<b>2</b>
	<b>Analityka internetowa</b>	<b>1</b>
	<b>RAZEM:</b>	<b>46</b>
Multimedia	<b>Obróbka dźwięku</b>	<b>2</b>
	<b>Scenorys zaawansowany</b>	<b>2</b>
	<b>Typografia w nowych mediach</b>	<b>1</b>
	<b>Projektowanie interakcji 1</b>	<b>2</b>
	<b>Projektowanie interakcji 2</b>	<b>2</b>
	<b>Organizacja planu filmowego</b>	<b>2</b>
	<b>Produkcja filmu 1</b>	<b>1</b>
	<b>Produkcja filmu 2</b>	<b>3</b>
	<b>Postprodukcja filmowa</b>	<b>3</b>
	<b>Animacja 1</b>	<b>3</b>
	<b>Animacja 2</b>	<b>3</b>
	<b>Animacja 3</b>	<b>2</b>
	<b>Animacja 4</b>	<b>2</b>
	<b>Montaż filmowy 1</b>	<b>3</b>
	<b>Montaż filmowy 2</b>	<b>2</b>
	<b>Narzędzia do pracy w 3D</b>	<b>3</b>
	<b>Multimedialny przekaz reklamowy</b>	<b>2</b>
	<b>Wprowadzenie do pracy w środowisku wirtualnym 1</b>	<b>2</b>

	<b>Wprowadzenie do pracy w środowisku wirtualnym 2</b>	<b>2</b>
	<b>Warsztaty projektowe MM</b>	<b>4</b>
	<b>RAZEM:</b>	<b>46</b>

### Opis sposobów weryfikacji efektów uczenia się

Osiągnięcie efektów uczenia się weryfikowane jest w procesie zaliczania poszczególnych zajęć na podstawie zadań określonych w sylabusach zajęć. Metody weryfikacji efektów uczenia się przewidują ocenę zdolności zastosowania wiedzy i umiejętności w projektach praktycznych oraz ocenę kompetencji społecznych w trakcie procesu 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;
- Do oceny kompetencji społecznych:
  - praca w grupie w różnych rolach i komunikacji w grupie;
  - omówienie projektu i jego jakości;
  - rozwiązywanie problemów;
  - dyskusje.

### 3. PRAKTYKI

Studenci(-ki) realizują praktyki w wymiarze 6 miesięcy, łącznie 24 punktów ECTS i 960 godzin [dydaktycznych] praktyk. Praktyki mogą być realizowane w częściach.

Praktyki zawodowe mają na celu uzyskanie przez studenta(-tkę) 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(-tkę) – odbywanie praktyki indywidualnej w miejscu wybranym przez studenta(-tkę), po uprzednim uzyskaniu zgody uczelni. Zgodność charakteru wykonywanej tam pracy z założonymi 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(-ka) wykonuje pracę dyplomową, która ma zaprezentować jej/jego praktyczne umiejętności w zdefiniowaniu problemu projektowego, a następnie jego opisaniu i analizie oraz znalezieniu rozwiązania za pomocą poprawnie dobranych środków warsztatu artystycznego i z wykorzystaniem wiedzy nabytej podczas toku studiów. Praca musi mieć kształt projektu odpowiadającego techniką danej ścieżce kształcenia studiów oraz musi zawierać jego pisemne, krytyczne omówienie wsparte literaturą przedmiotu. Poza pracą dyplomową i prezentacją dyplomową student(-ka) przygotowuje również portfolio zawodowe.

### 5. EGZAMIN DYPLOMOWY

Warunkiem ukończenia studiów jest złożenie egzaminu dyplomowego.

Egzamin dyplomowy jest egzaminem ustnym, na który składają się: prezentacja pracy dyplomowej przez studenta(-tkę), przedstawienie przez promotora i recenzenta krótkich opinii o pracy oraz odpowiedź

studenta(-tkę) na cztery pytania: dwa pytania wylosowane z puli pytań obowiązkowych przewidzianych w instrukcji dyplomowania oraz dwa pytania dotyczące pracy dyplomowej (jedno zadane przez promotora i jedno zadane przez recenzenta). Ocena z egzaminu stanowi średnią ocen przyznanych za odpowiedzi na zadane pytania. Egzamin kończy się wynikiem pozytywnym, jeśli średnia ocen za odpowiedzi na pytania wynosi przynajmniej 3,0 oraz opinie promotora i recenzenta na temat pracy są pozytywne.