*Załącznik nr 1.1. do Uchwały nr …/03/2024 Senatu UR*

 *z dnia 21 marca 2024 r.*

 **OGÓLNE INFORMACJE O KIERUNKU STUDIÓW**

*Obowiązuje od roku akad. 2024-2025*

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | Nazwa kierunku studiów | Media, Visual and Social Communication |
|  | Poziom studiów | studia pierwszego stopnia |
|  | Profil studiów | ogólnoakademicki |
| 1. 1.
 | Forma lub formy studiów | studia stacjonarne |
| 1. 2.
 | Liczba semestrów | 6 |
| 1. 3.
 | Liczba punktów ECTS konieczna do ukończenia studiów na danym poziomie | 180 |
| 1. 4.
 | Tytuł zawodowy | licencjat |
|  | 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%  |
|  | 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* 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 *Media, Visual and Social Communication* 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 pisania 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. |
|  | Opis sylwetki absolwenta obejmujący opis ogólnych celów kształcenia oraz możliwości zatrudnienia i kontynuacji studiów | Absolwent kierunku *Media, Visual and Social Communication* 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 posiądzie 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 *Media, Visual and Social Communication* 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 okołomedialnej 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. |
|  | Język prowadzonych studiów | angielski |

Przewodniczący Senatu
Uniwersytetu Rzeszowskiego

Prof. dr hab. Sylwester Czopek
Rektor