*Załącznik nr 1.3. do Uchwały nr …/03/2024 Senatu UR*

*z dnia 21 marca 2024 r.*

**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. 5. | | Łączna liczba godzin zajęć | | | st. stacjonarne | | | st. niestacjonarne | |
| 1810 + 90 godzin praktyk | | | - | |
|  | | 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 | | | | |
| 1. 6. | | 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 | | |  | |
| 1. 7. | | 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 | | | | |
| 1. 8. | | 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 | | | | |
| 1. 9. | | Liczba godzin zajęć z wychowania fizycznego (w przypadku studiów pierwszego stopnia i jednolitych studiów magisterskich prowadzonych w formie studiów stacjonarnych) | | | 60 | | | | |
| 1. 10. | | Łączna liczba punktów ECTS przypisana do zajęć kształtujących umiejętności praktyczne – dotyczy profilu praktycznego | | | nie dotyczy | | | | |
|  | | 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 | | | | |
|  | | 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. | | | | |
|  | | 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. | | | | |
|  | | 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 / Subsidary subjects | | | | | | | | | |
| 1. | Foreign language\*\* | | K\_Uo2, K\_U07 | 120 ćw | |  | ZO, E | | 8 |
| 2. | Phisical Education | | K\_U09, K\_K01 | 60 ćw | |  | ZO | | 0 |
| 3. | Information Technology | | K\_U04 | 15 ćw | |  | ZO | | 1 |
| 4. | Philosophy | | K\_W05 | 15 w | |  | Z | | 1 |
| 5. | Law and Copyright and Intellectual Property | | K\_W07 | 20 w | |  | Z | | 1 |
| 6. | Adaptation: Theory and Practice/ Polish Studies\*\* | | K\_W05, K\_U05 | 30 w | |  | Z | | 2 |
| 7. | International Relations since 1945 / Political Communication Strategies\*\* | | K\_W05, K\_U05 | 30 w | |  | Z | | 2 |
|  |  | |  | Σ 195 ćw /  95 w | |  |  | | Σ 15 |
| Grupa przedmiotów podstawowych/ Primary subjects | | | | | | | | | |
| 8. | English for Specific Purposes | | K\_U02, K\_U07, K\_K01 | 180 ćw | |  | ZO, E | | 16 |
| 9. | Introduction to Sociolinguistics\*\*\* | | K\_W05, K\_U08 | 20 w | |  | Z, E | | 3 |
| 10. | Introduction to Social Psychology\*\*\* | | K\_W05, K\_U08 | 20 w | |  | Z, E | | 3 |
| 11. | Contemporary Global Culture | | K\_W05, K\_U05 | 20 w | |  | Z, E | | 2 |
| 12. | 21st Century Skills | | K\_W01, K\_U01, K\_U09, K\_K03, K\_K05 | 30 ćw | |  | ZO | | 3 |
| 13. | Marketing Communication | | K\_W05, K\_U08, K\_U10, K\_K02 | 30 ćw | |  | ZO | | 3 |
| 14. | Project Management in Media and Communication | | K\_W01, K\_U04, K\_U08, K\_U09, K\_U10, K\_K02, K\_K05 | 60 ćw | |  | ZO | | 6 |
| 15. | Public Relations | | K\_W03, K\_W08, K\_U04, K\_K04, K\_K06 | 15 w | |  | ZO | | 2 |
| 16. | Language and Technology | | K\_W03, K\_W06, K\_U04, K\_K02, K\_K07 | 45 ćw | |  | ZO | | 3 |
| 17. | Language Culture | | K\_U02, K\_K03 | 15 ćw | |  | ZO | | 1 |
| 18. | Academic Writing | | K\_W07, K\_U02, K\_U07, K\_K02 | 30 ćw | |  | ZO | | 2 |
| 19. | Gender linguistics / Semiotics\*\* | | K\_W03, K\_W04 | 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\_W05, K\_U05 | 20 w | |  | Z | | 1 |
| 21. | Social Media Communication | | K\_W01, K\_W02, K\_W03, K\_W06, K\_U01, K\_U02, K\_K03, K\_K07 | 30 ćw | |  | ZO | | 3 |
| 22. | Methods of Media Research | | K\_W03, K\_U01, K\_K02 | 15 w | |  | Z | | 1 |
| 23. | Language of Advertising | | K\_W01, K\_W03, K\_U02, K\_K04 | 30 ćw | |  | ZO | | 2 |
| 24. | Contemporary Media & Social Media Ethics | | K\_W06, K\_K06 | 15 w | |  | Z | | 1 |
| 25. | History and Influence of Modern Art. | | K\_W01, K\_U05 | 20 w | |  | Z | | 1 |
| 26. | Design Principles | | K\_W01, K\_W03, K\_U01, K\_K04, K\_K06 | 30 ćw | |  | Z, E | | 4 |
| 27. | Creativity Workshop | | K\_W03, K\_U10 | 10 ćw | |  | ZO | | 2 |
| 28. | Design Research and Design Thinking | | K\_W04, K\_U03, K\_K04 | 30 ćw | |  | ZO | | 3 |
| 29. | Branding and Visual Identity | | K\_W03, K\_W06, K\_U08, K\_K04, K\_K07 | 30 ćw | |  | ZO | | 3 |
| 30. | Digital Workshop | | K\_W03, K\_W04, K\_U04, K\_U10, K\_K01 | 90 ćw | |  | ZO | | 6 |
| 31. | Visual Content Creation | | K\_W08, K\_U03, K\_U09, K\_K03 | 60 ćw | |  | ZO | | 6 |
| 32. | Typography and Layout Design | | K\_W04, K\_U02, K\_U04, K\_K01, K\_K04 | 45 ćw | |  | ZO | | 3 |
| 33. | Audiovisual Forms of Communication | | K\_W03, K\_W04, K\_U03, K\_U04, K\_K03 | 45 ćw | |  | ZO | | 4 |
| 34. | Communication Theory | | K\_W01, K\_W02, K\_U01 | 30 w | |  | Z, E | | 4 |
| 35. | Persuasive Communication and Rhetoric | | K\_W01, K\_W02, K\_U01, K\_U02, K\_K02 | 30 w | |  | Z, E | | 3 |
| 36. | Verbal and Nonverbal Communication | | K\_W01, K\_W03, K\_U02, K\_U09, K\_K01 | 60 ćw | |  | ZO, E | | 6 |
| 37. | Intercultural Communication | | K\_W01, K\_U02, K\_U05, K\_K03, K\_K04 | 45 ćw | |  | ZO, E | | 5 |
| 38. | Public Speaking | | K\_W03, K\_W04, K\_U02, K\_U06, K\_K03, K\_K06 | 30 ćw | |  | ZO | | 4 |
| 39. | Research and Presentation Skills | | K\_W04 K\_W06, K\_U01, K\_U06, K\_U10, K\_K02, K\_K07 | 30 ćw | |  | ZO | | 5 |
| 40. | Personal Branding | | K\_W04, K\_U08, K\_U10, K\_K01, K\_K04, K\_K05 | 30 ćw | |  | ZO | | 3 |
|  |  | |  | Σ 130 w / 595 ćw | |  |  | | Σ 70 |
| Grupa przedmiotów kierunkowych do wyboru / Elective major subjects | | | | | | | | | |
| 41. | Seminar | | K\_W01, K\_W05, K\_W07, K\_U01, K\_U07, K\_K02 | 75 s | |  | Z, E | | 14 |
| 42. | Capstone Project | | K\_W02, K\_W05, K\_W07, K\_W08, K\_U10, K\_K02, K\_K03 | 75 s | |  | Z, E | | 14 |
| 43. | Media Workshop (Press, TV, Radio, Social media) | | K\_W03, K\_U02, K\_K01 | 60 ćw | |  | ZO | | 8 |
| 44. | Photography / UI/UX Design | | K\_W04, K\_U10, K\_K01 | 30 ćw | |  | ZO | | 3 |
| 45. | Creative writing / Stylistics | | K\_W04, K\_U02, K\_U07, K\_U10 | 30 ćw | |  | ZO | | 3 |
| 46. | Argumentative writing / Online research methodology | | K\_U01, K\_U02, K\_U07, K\_K02 | 30 ćw | |  | ZO | | 3 |
|  |  | |  | Σ 150 s / 150 ćw | |  |  | | Σ 45 |
| **Razem (suma uwzględnia przedmioty dla jednej specjalności/ jednej ścieżki kształcenia)** | | | | Σ 1810 | |  |  | | Σ176 |
| Praktyka zawodowa | | | K\_U02, K\_U10, K\_01, K\_K02, K\_K05 | 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. Sylwester Czopek  
Rektor