



UCHWAŁA Nr 5/2012
Senatu Uniwersytetu Wrocławskiego
z dnia 25 stycznia 2012 r.

**w sprawie utworzenia kierunku studiów
*komunikacja wizerunkowa***

Na podstawie art. 11 ust. 1 oraz art. 169 ust. 2 ustawy z dnia 27 lipca 2005 r. Prawo o szkolnictwie wyższym (Dz. U. Nr 164, poz. 1365, z późn. zm.) uchwała się, co następuje:

§ 1.1. Senat Uniwersytetu Wrocławskiego tworzy z dniem 1 października 2012 roku na Wydziale Filologicznym kierunek studiów *komunikacja wizerunkowa*.

2. Kierunek uruchamiany jest na studiach pierwszego stopnia:
- a/ stacjonarnych,
 - b/ niestacjonarnych (zaocznych).

§ 2. 1. Efekty kształcenia dla kierunku *komunikacja wizerunkowa* określa załącznik nr 1 do niniejszej uchwały.

2. Relacje między kierunkowymi efektami kształcenia a obszarowymi efektami kształcenia oraz pokrycie obszarowych efektów kształcenia przez kierunkowe efekty kształcenia przedstawiają odpowiednio tabele nr 1 i 2 w załączniku nr 2 do uchwały.

§ 3. W związku z § 1 ust. 1 zmienia się załączniki nr 1 i 2 do Uchwały Nr 54/2011 Senatu Uniwersytetu Wrocławskiego z dnia 25 maja 2011 r. w sprawie określenia zasad i trybu rekrutacji na I rok studiów w Uniwersytecie Wrocławskim rozpoczynających się w roku akademickim 2012/2013 dodając zasady rekrutacji na stacjonarne i niestacjonarne (zaoczne) studia pierwszego stopnia na kierunku *komunikacja wizerunkowa* w brzmieniu:

„NOWA MATURA

- W postępowaniu rekrutacyjnym brane będą pod uwagę wyniki egzaminów maturalnych z przedmiotów wymienionych w tabeli.
- Wynik egzaminu maturalnego, wyrażony jako liczba uzyskanych procentów, pomnożony będzie przez odpowiedni współczynnik zawarty w tabeli.
- Jeśli egzamin z danego przedmiotu zdawany był na dwóch poziomach, pod uwagę brany będzie wynik korzystniejszy.
- Lista rankingowa tworzona będzie na podstawie sumy uzyskanych punktów. Jeśli kandydat nie zdawał na egzaminie maturalnym któregoś z wymienionych niżej przedmiotów, otrzymuje za ten egzamin zero punktów, ale może przystąpić do postępowania rekrutacyjnego.

Przedmiot		Współczynnik dla poziomu podstawowego	Współczynnik dla poziomu rozszerzonego
	język polski (pisemny)	1,0	1,5
	język obcy nowożytny (pisemny)	0,5	1
Przedmiot (jeden do wyboru)	historia, historia sztuki, geografia, wiedza o społeczeństwie, matematyka, biologia, chemia, fizyka i astronomia	0,5	1

STARA MATURA

Kandydaci ze „starą maturą” przystępują do egzaminu. Szczegółowa forma egzaminu (egzamin ustny lub pisemny, rozmowa kwalifikacyjna, test) oraz zakres egzaminu zostanie podany kandydatom do wiadomości do dnia 31.01.2012 r. na stronie internetowej Wydziału.”

§ 4. Uchwała wchodzi w życie z dniem podjęcia.

Przewodniczący Senatu
Rektor Uniwersytetu Wrocławskiego

prof. dr hab. Marek Bojarski

Symbol*	Efekty kształcenia dla kierunku studiów <i>komunikacja wizerunkowa</i>. Po ukończeniu studiów pierwszego stopnia na kierunku studiów <i>komunikacja wizerunkowa</i> absolwent:
WIEDZA	
K_W01	ma podstawową wiedzę o miejscu i znaczeniu teorii komunikacji, historii sztuki użytkowej, teorii języka i dyskursów, pragmatyki języka, antropologii mediów, teorii kultury, oraz ich specyfice przedmiotowej i metodologicznej
K_W02	zna elementarną terminologię z zakresu znaczeniu teorii komunikacji, historii sztuki użytkowej, teorii języka i dyskursów, pragmatyki języka, antropologii mediów, teorii kultury
K_W03	ma uporządkowaną wiedzę ogólną (obejmującą terminologię, teorię i metodologię) dotyczącą procesów komunikacji interpersonalnej i zapośredniczonej przez media masowe, komunikacji językowej i pozajęzykowej, historii sztuki i wzornictwa, komunikacyjnych aspektów tworzenia konstrukcji rzeczywistości społecznej: wizerunków; procesów poznawczych i ich komunikacyjnych kontekstów; komunikacyjnego oddziaływania na odbiorców, projektowania i wdrażania strategii komunikacyjnych, kultury popularnej, semiotyki, antropologii mediów, kategorii dyskursu w naukach humanistycznych, pragmatycznych aspektów komunikacji, roli komunikacji w grupach społecznych
K_W04	ma uporządkowaną wiedzę szczegółową w niektórych obszarach komunikacji interpersonalnej i zapośredniczonej przez media masowe, komunikacji językowej i pozajęzykowej, historii sztuki i wzornictwa, komunikacyjnych aspektów tworzenia konstrukcji rzeczywistości społecznej: wizerunków; komunikacyjnego oddziaływania na odbiorców, projektowania i wdrażania strategii komunikacyjnych, kultury popularnej, semiotyki, antropologii mediów, kategorii dyskursu w naukach humanistycznych, pragmatycznych aspektów komunikacji, roli komunikacji w grupach społecznych)
K_W05	ma elementarną wiedzę o powiązaniach studiowanej dyscypliny z innymi dyscyplinami humanistycznymi (zwłaszcza z filozofią, filologią, historią sztuki, kognitywistyką, kulturoznawstwem) oraz z dyscyplinami z obszaru nauk społecznych (socjologią, ekonomią, teorią zarządzania i marketingiem)
K_W06	ma podstawową wiedzę o głównych kierunkach rozwoju i najważniejszych nowych osiągnięciach w obszarze teorii komunikacji, historii sztuki użytkowej, teorii języka i dyskursów, pragmatyki języka, antropologii mediów, teorii kultury
K_W07	zna i rozumie podstawowe metody analizy i interpretacji wytworów kultury (tekstów kultury popularnej, tekstów wizerunkowych, dyskursów mediów, kompetencji komunikacyjnej, zwłaszcza językowej, instytucji i podmiotów komunikujących w sferze publicznej, standardów profesjonalnej komunikacji publicznej); zna i rozumie zróżnicowanie w podejściu do ww. zagadnień różnych teorii lub szkół badawczych
K_W08	ma świadomość kompleksowej natury języka oraz innych form perswazyjnej komunikacji symbolicznej oraz złożoności i historycznej zmienności znaczeń
K_W09	ma podstawową wiedzę o współczesnym życiu kulturalnym i instytucjach kultury, zwłaszcza w zakresie form sztuki użytkowej i design, mediów oraz kultury popularnej w kontekście kultury wysokiej

UMIEJĘTNOŚCI	
	A) UMIEJĘTNOŚCI OGÓLNE
K_U01	potrafi porozumiewać się przy użyciu różnych kanałów i technik komunikacyjnych ze specjalistami w zakresie teorii komunikacji, historii sztuki użytkowej, teorii języka i dyskursów, pragmatyki języka, antropologii mediów, teorii kultury; ma świadomość roli procesów globalizacyjnych dla studiowanej dyscypliny humanistycznej i jej praktycznych zastosowań, posiada wysoką biegłość w posługiwaniu się mediami komunikacji masowej (w tym także Internetem)
K_U02	potrafi wyszukiwać, analizować, oceniać, selekcjonować i użytkować informacje przy użyciu różnych źródeł i sposobów, posiada zwłaszcza umiejętności związane z dekodowaniem i interpretacją tekstów wizerunkowych (reklama, PR), researchingiem, interpretacją komunikacyjnych zachowań społecznych, tekstów kultury popularnej i tekstów zapośredniczonych przez media masowe
K_U03	posiada elementarne umiejętności badawcze (formułowania i analiza problemów badawczych, dobór metod i narzędzi badawczych, opracowanie i prezentacja wyników) pozwalające na rozwiązanie typowych zadań/problemów, zwłaszcza z zakresu komunikacji interpersonalnej i grupowej, dyskursów medialnych, analizy zjawisk kultury popularnej, analizy zawartości mediów, sztuki użytkowej i design, relacji między, komunikacji wizualnej, efektywności komunikacji.
K_U04	umie samodzielnie zdobywać wiedzę i rozwijać swoje umiejętności badawcze, korzystając z różnych źródeł w sposób krytyczny, refleksyjny i samodzielny
K_U05	potrafi pracować w zespole, posiada zwłaszcza kompetencje związane z diagnozowaniem problemów komunikacyjnych i zarządzaniem komunikacją w zespole, potrafi wspólnie projektować kampanie wizerunkowe i wprowadzać je w życie, potrafi wspólnie wypracowywać optymalne rozwiązania problemów oraz projektować i realizować strategie badawcze
	B) POSTAWOWE UMIEJĘTNOŚCI HUMANISTYCZNE
K_U06	potrafi posługiwać się podstawowymi ujęciami teoretycznymi, paradygmatami badawczymi i pojęciami teorii komunikacji, historii sztuki użytkowej, teorii języka i dyskursów, pragmatyki języka, antropologii mediów, teorii kultury z zakresu teorii i filozofii komunikacji, historii sztuki użytkowej, teorii języka, teorii dyskursów, stylistyki i kultury języka, pragmatyki języka, antropologii, antropologii mediów, teorii kultury w typowych sytuacjach profesjonalnych (analiza i projektowanie strategii komunikacyjnej, autoprezentacja, badania zachowań komunikacyjnych, zarządzanie procesami komunikacyjnymi w grupie/instytucji, realizowanie założonych celów wizerunkowych przez wdrożenie działań z zakresu komunikacji językowej i wizualnej)
K_U07	potrafi rozpoznać różne rodzaje tekstów i wytwory kultury materialnej oraz przeprowadzić ich krytyczną analizę i interpretację z zastosowaniem typowych metod w celu określenia ich znaczeń, oddziaływania społecznego, miejsca w procesach historyczno-kulturowych (dotyczy to zwłaszcza tekstów kultury popularnej, tekstów zapośredniczonych przez media masowe, tekstów wizerunkowych (reklama, opakowanie, slogan, strona internetowa itp.) i dziennikarskich (informacja, notatka), tekstów budujących tożsamość marek/podmiotów, stylów życia, stylów sztuki użytkowej i design)
K_U08	umie formułować i wyrażać własne poglądy i idee w ważnych sprawach społecznych i światopoglądowych (zwłaszcza społecznej roli mediów, funkcjonowania sfery profesjonalnej komunikacji publicznej i roli komunikacji wizerunkowej, profesjonalnych i etycznych ram komunikacji publicznej, dylematów profesjonalnych w tym kontekście, roli zachowań komunikacyjnych dla rozwiązywania konfliktów społecznych, roli stylów życia dla kształtowania tożsamości człowieka współczesnego, sporów wokół kultury popularnej, językowych mechanizmów kształtowania postaw społecznych)

K_U09	posiada umiejętność tworzenia typowych prac pisemnych oraz przygotowania wystąpień ustnych w języku polskim, z wykorzystaniem różnych źródeł i ujęć teoretycznych (w tym zwłaszcza komunikatów wizerunkowych, reklamowych i PR-owskich, wystąpień przed kamerą i mikrofonem, przemówień i wystąpień publicznych, debat i dyskusji, argumentacji, przygotowywania podstawowych tekstów dziennikarskich, prowadzenia negocjacji, prezentowania ofert klientom, argumentowania na rzecz proponowanych rozwiązań, tworzenia rozbudowanych strategii zarządzania komunikacją dla różnych podmiotów życia społecznego
K_U10	posiada umiejętność argumentowania z wykorzystaniem poglądów innych autorów oraz dotychczasowych doświadczeń praktyków oraz formułowania w wniosków i wprowadzania ich w życie w postaci konkretnych strategii zarządzania komunikacją
KOMPETENCJE PERSONALNE I SPOŁECZNE	
K_K01	potrafi uzupełniać i doskonalić nabytą wiedzę i umiejętności, zwłaszcza przez lekturę literatury, czasopism i portali branżowych, uczestnictwo w konferencjach branżowych, członkostwo i udział w pracach stowarzyszeń branżowych, wsłuchiwanie się i zabieranie głosu w dyskusjach profesjonalistów. Uznaje samokształcenie za standard i warunek powodzenia na rynku pracy. Ma świadomość poziomu swojej wiedzy i umiejętności.
K_K02	wykazuje aktywność w samodzielnym podejmowaniu działań profesjonalnych: jest przygotowany do pracy w instytucjach publicznych, organizacjach gospodarczych, prywatnych i non-profit, zwłaszcza w zakresie zarządzania procesami komunikacyjnymi, budowania wizerunku, opracowywania kampanii i strategii komunikacyjnych, wprowadzania standardów komunikacji językowej i pozajęzykowej. Ma świadomość roli wizerunku i roli komunikacji w kształtowaniu postaw wobec wszystkich podmiotów funkcjonujących w sferze publicznej oraz potrafi racjonalnie argumentować na rzecz tej roli
K_K03	ma świadomość roli standardów profesjonalnych i etycznych, zna te standardy i dąży do ich stosowania w praktyce zawodowej. Potrafi dostrzec i przeanalizować problem etyczny, ma świadomość pragmatycznej roli etyki w działaniu opartym na zaufaniu społecznym
K_K04	docenia tradycję i dziedzictwo kulturowe ludzkości i ma świadomość odpowiedzialności za zachowanie dziedzictwa kulturowego regionu, kraju Europy, zna rolę procesów komunikacyjnych i wizerunkowych dla zachowania tego dziedzictwa oraz posiada narzędzia by projektować odpowiednie strategie komunikacyjne dla określonych instytucji, dostrzega rolę i znaczenie procesów globalizacyjnych w kulturze popularnej i umie zająć wobec nich refleksyjne stanowisko
K_K05	uczestniczy w życiu kulturalnym i społecznym, angażuje się w budowanie projektów społecznych, kulturalnych i obywatelskich. Zna aspekty prawne, ekonomiczne i polityczne tej działalności. Jest zainteresowany działalnością organizacji branżowych oraz procesami profesjonalizacji i samoregulacji: dostrzega ich znaczenie dla branży oraz społeczeństwa. Dostrzega rolę i umie budować kampanie typu CSR lub reklamy społecznej, ma świadomość roli profesjonalnej komunikacji wizerunkowej dla funkcjonowania sfery publicznej. Dostrzega rolę zarządzania komunikacją dla podmiotów życia kulturalnego, chętnie angażuje się w projektowanie i realizację tego rodzaju strategii. Propaguje normy związane z pożądanymi społecznie zachowaniami komunikacyjnymi
K_K06	świadomie kształtuje i pielęgnuje własne upodobania kulturalne, ma świadomość różnorodności postaw i nastawień w tym kontekście, potrafi odnieść upodobania kulturalne do stylów życia, świadomie podchodzi do wytworów kultury popularnej i produkcji kulturalnej
K_K07	ma świadomość znaczenia nauk humanistycznych dla utrzymania i rozwoju więzi społecznych na różnych poziomach, w tym zwłaszcza świadomość roli procesów komunikacyjnych, mediów oraz profesjonalistów komunikujących w sferze publicznej. Potrafi komunikować się z otoczeniem i przekazywać podstawową

	wiedzę na temat swojej działalności. Dbą, poprzez stosowanie w praktyce standardów profesjonalnych i etycznych, o wizerunek branży. Posiada wysokie kompetencje komunikacyjne, także związane z zarządzaniem zespołem, planowaniem komunikacji oraz rozwiązywaniem konfliktów. Potrafi przekazać niespecjalistom informacje dotyczące specyfiki i roli społecznej branż związanych z profesjonalną komunikacją wizerunkową. Ma świadomość potencjalnych zarzutów, które tym branżom i ich działalności można stawiać oraz potrafi racjonalnie z nimi polemizować.
--	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

* objaśnienie symboli:

K (przed podkreśleniem)	- kierunkowe efekty kształcenia
W	- kategoria wiedzy
U	- kategoria umiejętności
K (po podkreśleniu)	- kategoria kompetencji społecznych
01, 02, 03 i kolejne	- numer efektu kształcenia

Nr 1. Tabela odniesień efektów kierunkowych do efektów obszarowych.

nazwa kierunku studiów: <i>komunikacja wizerunkowa</i> poziom kształcenia: <i>studia pierwszego stopnia</i> profil kształcenia: <i>ogólnoakademicki</i>		
Symbol*	Efekty kształcenia dla kierunku	Efekty kształcenia dla obszaru
WIEDZA		
K_W01	ma podstawową wiedzę o miejscu i znaczeniu teorii komunikacji, historii sztuki użytkowej, teorii języka i dyskursów, pragmatyki języka, antropologii mediów, teorii kultury, oraz ich specyfice przedmiotowej i metodologicznej	H1A_W01
K_W02	zna elementarną terminologię z zakresu teorii komunikacji, historii sztuki użytkowej, teorii języka i dyskursów, pragmatyki języka, antropologii mediów, teorii kultury	H1A_W02 H1A_W01 H1A_W08
K_W03	ma uporządkowaną wiedzę ogólną (obejmującą terminologię, teorie i metodologię) dotyczącą procesów komunikacji interpersonalnej i zapośredniczonej przez media masowe, komunikacji językowej i pozajęzykowej, historii sztuki i wzornictwa, komunikacyjnych aspektów tworzenia konstrukcji rzeczywistości społecznej: wizerunków; procesów poznawczych i ich komunikacyjnych kontekstów; komunikacyjnego oddziaływania na odbiorców, projektowania i wdrażania strategii komunikacyjnych, kultury popularnej, semiotyki, antropologii mediów, kategorii dyskursu w naukach humanistycznych, pragmatycznych aspektów komunikacji, roli komunikacji w grupach społecznych	H1A_W03 H1A_W01
K_W04	ma uporządkowaną wiedzę szczegółową dotyczącą procesów komunikacji interpersonalnej i zapośredniczonej przez media masowe, komunikacji językowej i pozajęzykowej, historii sztuki i wzornictwa, komunikacyjnych aspektów tworzenia konstrukcji rzeczywistości społecznej: wizerunków; komunikacyjnego oddziaływania na odbiorców, projektowania i wdrażania strategii komunikacyjnych, kultury popularnej, semiotyki, antropologii mediów, kategorii dyskursu w naukach humanistycznych, pragmatycznych aspektów komunikacji, roli komunikacji w grupach społecznych)	H1A_W04 H1A_W02
K_W05	ma elementarną wiedzę o powiązaniach studiowanej dyscypliny z innymi dyscyplinami humanistycznymi (zwłaszcza z filozofią, filologią, historią sztuki, kognitywistyką, kulturoznawstwem) oraz z dyscyplinami z obszaru nauk społecznych (socjologią, ekonomią, teorią zarządzania i marketingiem)	H1A_W05 H1A_W01
K_W06	ma podstawową wiedzę o głównych kierunkach rozwoju i najważniejszych nowych osiągnięciach w obszarze teorii komunikacji, historii sztuki użytkowej, teorii języka i dyskursów, pragmatyki języka, antropologii mediów, teorii kultury	H1A_W06 H1A_W01 H1A_W07
K_W07	zna i rozumie podstawowe metody analizy i interpretacji wytworów kultury (tekstów kultury popularnej, tekstów wizerunkowych, dyskursów mediów, kompetencji komunikacyjnej, zwłaszcza językowej, instytucji i podmiotów komunikujących w sferze publicznej, standardów profesjonalnej komunikacji publicznej); zna i rozumie zróżnicowanie w podejściu do ww. zagadnień różnych teorii lub szkół badawczych	H1A_W07 H1A_W08
K_W08	ma świadomość kompleksowej natury języka oraz innych form perswazyjnej komunikacji symbolicznej oraz złożoności i historycznej zmienności znaczeń	H1A_W08
K_W09	ma podstawową wiedzę o współczesnym życiu kulturalnym i instytucjach kultury, zwłaszcza w zakresie form sztuki użytkowej i design, mediów oraz kultury popularnej w kontekście kultury wysokiej	H1A_W09
UMIEJĘTNOŚCI		
K_U01	potrafi porozumiewać się przy użyciu różnych kanałów i technik komunikacyjnych ze specjalistami w zakresie teorii komunikacji, historii sztuki użytkowej, teorii języka i dyskursów, pragmatyki języka, antropologii	H1A_U01 H1A_U03

	mediów, teorii kultury ; ma świadomość roli procesów globalizacyjnych dla studiowanej dyscypliny humanistycznej i jej praktycznych zastosowań, posiada wysoką biegłość w posługiwaniu się mediami komunikacji masowej (w tym także Internetem)	
K_U02	potrafi wyszukiwać, analizować, oceniać, selekcjonować i użytkować informacje przy użyciu różnych źródeł i sposobów, posiada zwłaszcza umiejętności związane z dekodowaniem i interpretacją tekstów wizerunkowych (reklama, PR), researchingiem, interpretacją komunikacyjnych zachowań społecznych, tekstów kultury popularnej i tekstów zapośredniczonych przez media masowe	H1A_U02 H1A_U04
K_U03	posiada elementarne umiejętności badawcze (formułowania i analiza problemów badawczych, dobór metod i narzędzi badawczych, opracowanie i prezentacja wyników) pozwalające na rozwiązanie typowych zadań/problemów, zwłaszcza z zakresu komunikacji interpersonalnej i grupowej, dyskursów medialnych, analizy zjawisk kultury popularnej, analizy zawartości mediów, sztuki użytkowej i design, relacji między, komunikacji wizualnej, efektywności komunikacji	H1A_U03 H1A_U05 H1A_U02
K_U04	umie samodzielnie zdobywać wiedzę i rozwijać swoje umiejętności badawcze, korzystając z różnych źródeł w sposób krytyczny, refleksyjny i samodzielny	H1A_U04 H1A_U02
K_U05	potrafi pracować w zespole, posiada zwłaszcza kompetencje związane z diagnozowaniem problemów komunikacyjnych i zarządzaniem komunikacją w zespole, potrafi wspólnie projektować kampanie wizerunkowe i wprowadzać je w życie, potrafi wspólnie wypracowywać optymalne rozwiązania problemów oraz projektować i realizować strategie badawcze	H1A_U05 H1A_U01
K_U06	potrafi posługiwać się podstawowymi ujęciami teoretycznymi, paradygmatami badawczymi i pojęciami teorii komunikacji, historii sztuki użytkowej, teorii języka i dyskursów, pragmatyki języka, antropologii mediów, teorii kultury z zakresu teorii i filozofii komunikacji, historii sztuki użytkowej, teorii języka, teorii dyskursów, stylistyki i kultury języka, pragmatyki języka, antropologii, antropologii mediów, teorii kultury w typowych sytuacjach profesjonalnych (analiza i projektowanie strategii komunikacyjnej, autoprezentacja, badania zachowań komunikacyjnych, zarządzanie procesami komunikacyjnymi w grupie/institucji, realizowanie założonych celów wizerunkowych przez wdrożenie działań z zakresu komunikacji językowej i wizualnej)	H1A_U06 H1A_U08
K_U07	potrafi rozpoznać różne rodzaje tekstów i wytwory kultury materialnej oraz przeprowadzić ich krytyczną analizę i interpretację z zastosowaniem typowych metod w celu określenia ich znaczeń, oddziaływania społecznego, miejsca w procesach historyczno-kulturowych (dotyczy to zwłaszcza tekstów kultury popularnej, tekstów zapośredniczonych przez media masowe, tekstów wizerunkowych (reklama, opakowanie, slogan, strona internetowa itp.) i dziennikarskich (informacja, notatka), tekstów budujących tożsamość marek/podmiotów, stylów życia, stylów sztuki użytkowej i design)	H1A_U07 H1A_U01
K_U08	umie formułować i wyrażać własne poglądy i idee w ważnych sprawach społecznych i światopoglądowych (zwłaszcza społecznej roli mediów, funkcjonowania sfery profesjonalnej komunikacji publicznej i roli komunikacji wizerunkowej, profesjonalnych i etycznych ram komunikacji publicznej, dylematów profesjonalnych w tym kontekście, roli zachowań komunikacyjnych dla rozwiązywania konfliktów społecznych, roli stylów życia dla kształtowania tożsamości człowieka współczesnego, sporów wokół kultury popularnej, językowych mechanizmów kształtowania postaw społecznych)	H1A_U08 H1A_U10
K_U09	posiada umiejętność tworzenia typowych prac pisemnych oraz przygotowania wystąpień ustnych w języku polskim , z wykorzystaniem różnych źródeł i ujęć teoretycznych (w tym zwłaszcza komunikatów wizerunkowych, reklamowych i PR-owskich, wystąpień przed kamerą i mikrofonem, przemówień i wystąpień publicznych, debat i dyskusji, argumentacji, przygotowywania podstawowych tekstów dziennikarskich, prowadzenia negocjacji, prezentowania ofert klientom, argumentowania na rzecz proponowanych rozwiązań, tworzenia rozbudowanych strategii zarządzania komunikacją dla różnych podmiotów życia społecznego	H1A_U09 H1A_U10
K_U10	posiada umiejętność argumentowania z wykorzystaniem poglądów innych autorów oraz dotychczasowych doświadczeń praktyków oraz formułowania w wniosków i wprowadzania ich w życie w postaci konkretnych strategii zarządzania komunikacją	H1A_U10 H1A_U08

KOMPETENCJE PERSONALNE I SPOŁECZNE		
K_K01	potrafi uzupełniać i doskonalić nabytą wiedzę i umiejętności, zwłaszcza przez lekturę literatury, czasopism i portali branżowych, uczestnictwo w konferencjach branżowych, członkostwo i udział w pracach stowarzyszeń branżowych, wsłuchiwanie się i zabieranie głosu w dyskusjach profesjonalistów. Uznaje samokształcenie za standard i warunek powodzenia na rynku pracy. Ma świadomość poziomu swojej wiedzy i umiejętności	H1A_K01 H1A_K05 H1A_K06
K_K02	wykazuje aktywność w samodzielnym podejmowaniu działań profesjonalnych: jest przygotowany do pracy w instytucjach publicznych, organizacjach gospodarczych, prywatnych i non-profit, zwłaszcza w zakresie zarządzania procesami komunikacyjnymi, budowania wizerunku, opracowywania kampanii i strategii komunikacyjnych, wprowadzania standardów komunikacji językowej i pozajęzykowej. Ma świadomość roli wizerunku i roli komunikacji w kształtowaniu postaw wobec wszystkich podmiotów funkcjonujących w sferze publicznej oraz potrafi racjonalnie argumentować na rzecz tej roli	H1A_K02 H1A_K03 H1A_K04
K_K03	ma świadomość roli standardów profesjonalnych i etycznych, zna te standardy i dąży do ich stosowania w praktyce zawodowej. Potrafi dostrzec i przeanalizować problem etyczny, ma świadomość pragmatycznej roli etyki w działaniu opartym na zaufaniu społecznym	H1A_K03 H1A_K02
K_K04	docenia tradycję i dziedzictwo kulturowe ludzkości i ma świadomość odpowiedzialności za zachowanie dziedzictwa kulturowego regionu, kraju Europy, zna rolę procesów komunikacyjnych i wizerunkowych dla zachowania tego dziedzictwa oraz posiada narzędzia by projektować odpowiednie strategie komunikacyjne dla określonych instytucji, dostrzega rolę i znaczenie procesów globalizacyjnych w kulturze popularnej i umie zająć wobec nich refleksyjne stanowisko	H1A_K04 H1A_K05
K_K05	uczestniczy w życiu kulturalnym i społecznym, angażuje się w budowanie projektów społecznych, kulturalnych i obywatelskich. Zna aspekty prawne, ekonomiczne i polityczne tej działalności. Jest zainteresowany działalnością organizacji branżowych oraz procesami profesjonalizacji i samoregulacji: dostrzega ich znaczenie dla branży oraz społeczeństwa. Dostrzega rolę i umie budować kampanie typu CSR lub reklamy społecznej, ma świadomość roli profesjonalnej komunikacji wizerunkowej dla funkcjonowania sfery publicznej. Dostrzega rolę zarządzania komunikacją dla podmiotów życia kulturalnego, chętnie angażuje się w projektowanie i realizację tego rodzaju strategii. Propaguje normy związane z pożądanymi społecznie zachowaniami komunikacyjnymi	H1A_K05 H1A_K06
K_K06	świadomie kształtuje i pielęgnuje własne upodobania kulturalne, ma świadomość różnorodności postaw i nastawień w tym kontekście, potrafi odnieść upodobania kulturalne do stylów życia, świadomie podchodzi do wytworów kultury popularnej i produkcji kulturalnej	H1A_K06 H1A_K07
K_K07	ma świadomość znaczenia nauk humanistycznych dla utrzymania i rozwoju więzi społecznych na różnych poziomach, w tym zwłaszcza świadomość roli procesów komunikacyjnych, mediów oraz profesjonalistów komunikujących w sferze publicznej. Potrafi komunikować się z otoczeniem i przekazywać podstawową wiedzę na temat swojej działalności. Dbą, poprzez stosowanie w praktyce standardów profesjonalnych i etycznych, o wizerunek branży. Posiada wysokie kompetencje komunikacyjne, także związane z zarządzaniem zespołem, planowaniem komunikacji oraz rozwiązywaniem konfliktów. Potrafi przekazać niespecjalistom informacje dotyczące specyfiki i roli społecznej branż związanych z profesjonalną komunikacją wizerunkową. Ma świadomość potencjalnych zarzutów, które tym branżom i ich działalności można stawiać oraz potrafi racjonalnie z nimi polemizować	H1A_K07 H1A_K05

* objaśnienie symboli:

- K (przed podkreśleniem) - kierunkowe efekty kształcenia
W - kategoria wiedzy
U - kategoria umiejętności
K (po podkreśleniu) - kategoria kompetencji społecznych
01, 02, 03 i kolejne - numer efektu kształcenia
H1A - efekty kształcenia w obszarze kształcenia w zakresie nauk humanistycznych dla studiów pierwszego stopnia

Nr 2. Tabela pokrycia efektów obszarowych przez efekty kierunkowe.

nazwa kierunku studiów: komunikacja wizerunkowa poziom kształcenia: studia pierwszego stopnia profil kształcenia: ogólnoakademicki		
Symbol*	Efekty kształcenia dla obszaru	Efekty kształcenia dla kierunku
WIEDZA		
H1A_W01	ma podstawową wiedzę o miejscu i znaczeniu nauk humanistycznych w systemie nauk oraz ich specyfice przedmiotowej i metodologicznej	K_W01, K_W08
H1A_W02	zna elementarną terminologię nauk humanistycznych	K_W02, K_W04
H1A_W03	ma uporządkowaną wiedzę ogólną (obejmującą terminologię, teorie i metodologię) z zakresu studiowanej dyscypliny humanistycznej	K_W03, K_W05
H1A_W04	ma uporządkowaną wiedzę szczegółową w niektórych obszarach studiowanej dyscypliny humanistycznej)	K_W04, K_W06
H1A_W05	ma elementarną wiedzę o powiązaniach studiowanej dyscypliny z innymi dyscyplinami humanistycznymi	K_W05, K_W03
H1A_W06	ma podstawową wiedzę o głównych kierunkach rozwoju i najważniejszych nowych osiągnięciach w obszarze studiowanej dyscypliny humanistycznej	K_W06, K_W03
H1A_W07	zna i rozumie podstawowe metody analizy i interpretacji wytworów kultury właściwe dla wybranych tradycji, teorii lub szkół badawczych w obrębie studiowanej dyscypliny humanistycznej	K_W07, K_W06, K_W02
H1A_W08	ma świadomość kompleksowej natury języka oraz złożoności i historycznej zmienności znaczeń	K_W08, K_W02, K_W03, K_W04
H1A_W09	ma podstawową wiedzę o współczesnym życiu kulturalnym i instytucjach kultury	K_W09, K_W07
UMIEJĘTNOŚCI		
H1A_U01	potrafi porozumiewać się przy użyciu różnych kanałów i technik komunikacyjnych ze specjalistami w zakresie studiowanej dyscypliny humanistycznej w języku rodzimym i obcym	K_U01, K_U05
H1A_U02	potrafi wyszukiwać, analizować, oceniać, selekcjonować i użytkować informację przy użyciu różnych źródeł i sposobów	K_U02, K_U04
H1A_U03	posiada elementarne umiejętności badawcze (formułowania i analiza problemów badawczych, dobór metod i narzędzi badawczych, opracowanie i prezentacja wyników) pozwalające na rozwiązanie typowych zadań/problemów w obrębie studiowanej dyscypliny humanistycznej	K_U03, K_U05, K_U06
H1A_U04	umie samodzielnie zdobywać wiedzę i rozwijać swoje umiejętności badawcze, kierując się wskazówkami opiekuna naukowego	K_U04, K_U02
H1A_U05	potrafi pracować w zespole wedle celów i wskazówek formułowanych przez kierownika zespołu	K_U05, K_U01
H1A_U06	potrafi posługiwać się podstawowymi ujęciami teoretycznymi, paradygmatami badawczymi i pojęciami właściwymi dla studiowanej dyscypliny humanistycznej w typowych sytuacjach profesjonalnych	K_U06, K_U08, K_U03
H1A_U07	potrafi rozpoznać różne rodzaje tekstów i wytwory kultury materialnej z zakresu studiowanej dyscypliny humanistycznej oraz przeprowadzić ich krytyczną analizę i interpretację z zastosowaniem typowych metod w celu określenia ich znaczeń, oddziaływania społecznego, miejsca w procesach historyczno-kulturowych	K_U07, K_U08, K_U09
H1A_U08	umie formułować i wyrażać własne poglądy i idee w ważnych sprawach społecznych i światopoglądowych	K_U08, K_U09, K_U10

H1A_U09	posiada umiejętność tworzenia typowych prac pisemnych oraz przygotowania wystąpień ustnych w języku polskim oraz w języku uznawanym za podstawowy dla reprezentowanej dyscypliny humanistycznej, dotyczących zagadnień szczegółowych z zakresy studiowanej dyscypliny humanistycznej, z wykorzystaniem podstawowych ujęć teoretycznych i różnych źródeł	K_U09, K_U08, K_U10
H1A_U10	posiada umiejętność argumentowania z wykorzystaniem poglądów innych autorów	K_U10, K_U08, K_U09
KOMPETENCJE PERSONALNE I SPOŁECZNE		
H1A_K01	ma świadomość poziomu swojej wiedzy i umiejętności, rozumie potrzebę ciągłego doskonalenia się i rozwoju kulturalnego	K_K01, K_K02, K_K04
H1A_K02	wykazuje aktywność w samodzielnym podejmowaniu działań profesjonalnych	K_K02, K_K01, K_K03
H1A_K03	ma świadomość wagi refleksji na tematy etyczne związane z własną pracą, odpowiedzialnością przed współpracownikami i innymi członkami społeczeństwa oraz konieczności przestrzegania zasad kodeksu etycznego	K_K03, K_K04
H1A_K04	docenia tradycję i dziedzictwo kulturowe ludzkości i ma świadomość odpowiedzialności za zachowanie dziedzictwa kulturowego regionu, kraju Europy	K_K04, K_K05
H1A_K05	uczestniczy w życiu kulturalnym i społecznym	K_K05, K_K04
H1A_K06	świadomie kształtuje i pielęgnuje własne upodobania kulturalne	K_K06, K_K04
H1A_K07	ma świadomość znaczenia nauk humanistycznych dla utrzymania i rozwoju więzi społecznych na różnych poziomach	K_K07, K_K05, K_K04

* objaśnienie symboli:

- | | |
|-------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| K (przed podkreśleniem) | - kierunkowe efekty kształcenia |
| W | - kategoria wiedzy |
| U | - kategoria umiejętności |
| K (po podkreśleniu) | - kategoria kompetencji społecznych |
| 01, 02, 03 i kolejne | - numer efektu kształcenia |
| H1A | - efekty kształcenia w obszarze kształcenia w zakresie nauk humanistycznych dla studiów pierwszego stopnia |