

1.	Nazwa kierunku	kultury mediów
2.	Wydział	Wydział Humanistyczny
3.	Cykl rozpoczęcia	2025/2026 (semestr zimowy)
4.	Poziom kształcenia	studia drugiego stopnia
5.	Profil kształcenia	ogólnoakademicki
6.	Forma prowadzenia studiów	niestacjonarna

Moduł kształcenia: Estetyka w kreowaniu marki (branding)

Kod modułu: 02-MO2N-21-08

1. Liczba punktów ECTS: 4

2. Zakładane efekty uczenia się modułu			
kod	opis	efekty uczenia się kierunku	stopień realizacji (skala 1-5)
08_K04	potrafi stworzyć profil psychologiczny, zna czynniki hamujące i wspierające rozwój marki, potrafi zakomunikować wartość marki	02-MO2SN-14_K04	5
08_U05	potrafi zidentyfikować i nazwać doświadczenia kognitywne oraz emocjonalne w komunikacji wizualnej, rozumie potrzebę ich autentyczności	02-MO2SN-14_U05	5
08_U06	potrafi analizować i krytycznie oceniać wizualne zjawiska w brandingu oraz argumentować przyjęte stanowisko	02-MO2SN-14_U06	5
08_U08	potrafi komunikować wyniki przeprowadzonych badań w formie pisemnej i ustnej, korzystając z nowoczesnych metod prezentacji, z zastosowaniem technologii informacyjnych i multimedialnych	02-MO2SN-14_U08	5
08_W02	zna terminologię z zakresu percepcji estetycznej i potrafi się nią posługiwać	02-MO2SN-14_W02	5
08_W03	ma pogłębioną wiedzę na poszczególnych etapów procesu tworzenia marki oraz określania jej silnych i słabych stron	02-MO2SN-14_W03	5
08_W04	rozdziela współczesne perspektywy teoretyczne i praktyczne badań w zakresie komunikacji wizualnej i jej estetycznych i kulturowych kontekstów	02-MO2SN-14_W04	5
08_W05	zna, rozumie i potrafi zastosować podstawowe pojęcia z zakresu brandingów wizualnego (np. logo, księga znaku, ZAP, naming, elementy marki, identyfikacji wizualnej, strategia kreowania marki, strategia wizualna, strategia komunikacji)	02-MO2SN-14_W05	5
08_W07	zna i rozumie zagadnienia z zakresu brandingów wizualnego, rozumie rolę głosu marki oraz kanałów jej komunikacji, zna sposoby mierzenia skuteczności marki	02-MO2SN-14_U07	5
08_W10	posiada orientację we współczesnych problemach komunikacji wizualnej i jej związków z problemami kognitywnymi,		

	emotywnością, behawioralnością oraz zmysłami	02-MO2SN-14_W10	5
--	--	-----------------	---

3. Opis modułu

Opis	Moduł Estetyka w kreowaniu marki wprowadza pogłębioną wiedzę na temat zagadnień związanych z estetyką w procesie kreowania marki w perspektywie zjawisk kulturowych. Kreowanie marki omawiane jest w kontekstach interdyscyplinarnych oraz z uwzględnieniem zmienności trendów w branding.
Wymagania wstępne	Brak.

4. Sposoby weryfikacji efektów uczenia się modułu

kod	nazwa (typ)	opis	efekty uczenia się modułu
02-MO2SN-14-w_p	prezentacja multimedialnego projektu lub strategii marki zaprojektowanej podczas warsztatów	sprawdzenie wiedzy oraz umiejętności analitycznych i projektowych interpretacyjnych z zakresu wprowadzonych podczas warsztatów zagadnień	08_K04, 08_U05, 08_U06, 08_U08, 08_W02, 08_W03, 08_W04, 08_W05, 08_W07, 08_W10

5. Rodzaje prowadzonych zajęć

kod	rodzaj prowadzonych zajęć			praca własna studenta		sposoby weryfikacji efektów uczenia się
	nazwa	opis (z uwzględnieniem metod dydaktycznych)	liczba godzin	opis	liczba godzin	
02-MO2N-14-f_wr	warsztat	warsztaty w zakresie implementacji estetyki do procesów kreowania marki (lub strategii marki) oraz komunikacji wizualnej	20	praca koncepcyjna oraz projektowa z zastosowaniem materiału multimedialnego w zakresie implementacji zagadnień z zakresu percepcji estetycznej do procesu kreowania marki lub strategii marki	100	02-MO2SN-14-w_p