



Wyższa Szkoła Technologii Informatycznych w Katowicach



ZAŁOŻENIA I KONCEPCJA KSZTAŁCENIA

utworzenia studiów

II stopnia

Kierunek:

GRAFIKA

profil praktyczny

Założenia przygotowano w ramach projektu „Program Rozwojowy WSTI” realizowanego w ramach programu Fundusze Europejskie dla Rozwoju Społecznego 2021 - 2027 współfinansowanego ze środków Europejskiego Funduszu Społecznego Plus, Priorytet 1 Umiejętności, Działanie 01.05 Umiejętności w szkolnictwie wyższym.

23.12.2024



Fundusze Europejskie
dla Rozwoju Społecznego



Rzeczpospolita
Polska

Dofinansowane przez
Unię Europejską





Spis treści

1. Ogólna charakterystyka studiów	3
2. Szczegółowa koncepcja kształcenia.....	3
3. Wskazanie związku studiów ze strategią uczelni	7
4. Wskazanie potrzeb społeczno-gospodarczych utworzenia studiów oraz zgodności efektów uczenia się z tymi potrzebami	10





1. Ogólna charakterystyka studiów

Nazwa kierunku studiów	Grafika
Poziom studiów (studia pierwszego stopnia / studia drugiego stopnia / jednolite studia magisterskie)	Studia drugiego stopnia
Profil studiów	praktyczny
Forma lub formy studiów stacjonarne /niestacjonarne	stacjonarne i niestacjonarne
Tytuł zawodowy nadawany absolwentom (licencjat / inżynier /magister / magister inżynier lub tytuł zawodowy równorzędny tym tytułom zgodnie z §29-31 rozporządzenia Ministra Nauki i Szkolnictwa Wyższego z dnia 27 września 2018 r. w sprawie studiów (Dz. U. poz. 1861, z późn. zm.)	magister

2. Szczegółowa koncepcja kształcenia

Działania prowadzone w ramach kierunku Grafika są związane i wytyczone przez strategię rozwoju Uczelni i jej misję. W podstawowym założeniu misją Uczelni jest kształcenie dostosowane do potrzeb społeczeństwa i regionalnego rynku pracy, tym samym zapewniające rozwój zawodowy i pewne zatrudnienie absolwentom.

Cele strategiczne kształcenia na poziomie studiów II stopnia na kierunku Grafika to:

- poszerzanie oferty kształcenia w Uczelni,
- stałe podnoszenie efektywności funkcjonowania Uczelni,
- rozwijanie różnorodnych form współpracy z otoczeniem społecznym i gospodarczym,
- stałe doskonalenie i rozwój,
- ściśle powiązanie efektów uczenia się studiów II stopnia z potrzebami lokalnego i globalnego rynku pracy,
- podnoszenie kwalifikacji i kontynuacja rozwoju absolwentów I stopnia studiów,
- rozbudowa kompetencji o czynniki wpływające na ciągłą gotowość do doskonalenia i dostosowywania swojej wiedzy i umiejętności do nowych technologii,
- podnoszenie kwalifikacji w dziedzinach pokrewnych – jako odpowiedź na interdyscyplinarność grafiki i informatyki.





Koncepcja działań w ramach kierunku Grafika II stopień studiów zakłada:

- dostosowanie programu kształcenia do potrzeb rynku pracy poprzez prowadzenie modułów specjalistycznych dla kierunku w formie m.in. zajęć praktycznych (zajęcia prowadzone m.in. przez specjalistów mających doświadczenie zawodowe zdobyte również poza systemem szkolnictwa, doświadczenie praktyczne w zawodzie, adekwatne do prowadzonych zajęć),
- zwiększenie atrakcyjności zajęć poprzez opracowanie i wdrożenie multimedialnych materiałów dydaktycznych,
- przygotowanie materiałów pozwalających na samoocenę, w ramach indywidualnej pracy studenta,
- lepsze przygotowanie absolwentów do wejścia na rynek pracy poprzez realizację działań Biura Karier (dodatkowe szkolenia i spotkania branżowe, także z zakresu prowadzenia i promocji działalności gospodarczej),
- lepsze przygotowanie studentów i absolwentów do wejścia na rynek pracy poprzez zwiększenie ich umiejętności w zakresie autopromocji,
- wprowadzenie zagadnień i modułów (np.: Teorie i praktyki współczesnej komunikacji, Prawo autorskie i etyka w mediach cyfrowych czy Warsztaty autoprezentacji i promocji produktu), które zakładają wiedzę, kompetencje i umiejętności zawarte w efektach uczenia się w dziedzinie sztuki, które pozwalają na lepsze przygotowanie absolwenta do wejścia na rynek pracy, ale także kształcenia i pozyskiwania wiedzy i umiejętności przez całe życie.
- bardzo dobra i skuteczna wieloletnia współpraca z interesariuszami zewnętrznymi: (obecnie 92 firmy i instytucje m.in.:
 - Biuro Marketingu i Reklamy Agencji Wydawniczej TECHNOL sp. z o.o. z Częstochowy
 - Studio Filmów Rysunkowych z Bielska Białej
 - Runnig Rabbit Films sp. z o.o. z Warszawy
 - Fantasmagorie Katarzyna Agopsowicz z Krakowa
 - Klar Studio sp. z o.o. z Orzesza
 - DT Studio s.c. Dariusz Michałak, Tomasz Bagiński z Siemianowic Śląskich
 - Z Pasji sp. z o.o. z Wronczyna
 - Art Square z Częstochowy
 - Euro-Centrum Park Przemysłowy,
 - COIG SA Katowice, Volkswagen AG,
 - Muzeum Śląskie,
 - Filharmonia Śląska,
 - Fundacją Arrow Instytut Przywództwa,
 - Galerię „Absurdalna” w Katowicach,
 - Galerię New Era Art w Krakowie,
 - Drukarnię Duocolor,
 - Miejską Galerię Sztuki MM w Chorzowie,
 - Katowickim Miastem ogrodów,





- MDK „Południe” Katowice)

Współpraca z interesariuszami zewnętrznymi to szerokie otwarcie Uczelni na rynek zewnętrzny, w celu uniknięcia hermetyzacji w zakresie twórczym i ogólnorozwojowym studentów i pracowników Uczelni.

Przygotowanie koncepcji kształcenia, dobór modułów, zagadnień, narzędzi i literatury od samego początku poprzedzone było wnikliwymi analizami rynku pracy i potrzebami społeczno-gospodarczymi. Fakt iż rynek pracy ciągle potrzebuje dobrze wykształconych pracowników – pozostaje poza wszelką dyskusją. Mając świadomość tego faktu, a także licząc na zwiększające się w tym zakresie potrzeby stworzyliśmy program studiów, który w naszym założeniu spełnia zapotrzebowanie rynku pracy.

Uczelnia do uruchomienia studiów II stopnia na kierunku Grafika przygotowuje się od kilku lat obserwując zmieniający się rynek pracy, oczekiwania absolwentów I stopnia studiów, a także licząc się z ocenami i analizami pracodawców w tym zakresie.

Nasza koncepcja kształcenia, pozwalająca na wykształcenie kompetencji społecznych poprzez wychowywanie studentów w duchu poszanowania praw człowieka, postawy etycznej, a także w poczuciu potrzeby ustawicznego rozwoju, umożliwi absolwentom spełnienie bieżących i przyszłych wymagań tego rynku pracy. Absolwent będzie przygotowany do podjęcia dalszego zorganizowanego systemowo rozwoju zawodowego.

W określeniu powyższej koncepcji kształcenia, uczestniczyli interesariusze wewnętrzni i zewnętrzni.

Głównymi interesariuszami wewnętrznymi są studenci I stopnia studiów, jako bezpośredni odbiorcy dalszego kształcenia, którzy uczestniczyli w określaniu koncepcji kształcenia na studiach II stopnia. Ich oczekiwania i propozycje są dla nas materiałem do analiz i twórczych działań.

Pierwszy etap, nastąpił w czasie opiniowania koncepcji kształcenia przez środowisko studenckie. Władze Uczelni wystosowały prośbę do Przewodniczącej Samorządu Studenckiego o zaangażowanie szerokiego grona studentów do dyskursu na temat koncepcji kształcenia i proponowanych efektów uczenia się, oraz przedstawienie zgłoszonych uwag i sugestii. Inny etap obejmował udział studentów w obradach Senatu nad koncepcją kształcenia.

Grupę interesariuszy wewnętrznych stanowią również nauczyciele i praktycy prowadzący zajęcia. Uczestniczyli oni w procesie kształtowania koncepcji kształcenia i programu kształcenia poprzez udział w zebraniach nauczycieli grup przedmiotowych, spotkaniach w ramach koordynowania przedmiotów i grup przedmiotów specjalnościowych oraz obradach Senatu. Nauczyciele realizujący poszczególne grupy przedmiotów posiadają swoich przedstawicieli w formie **Koordynatorów przedmiotów i grup modułów obieralnych**. Nauczyciele uczestniczyli czynnie w opracowaniu efektów uczenia się dla kierunku, sposobu ich weryfikacji, a także w opracowaniu opisów modułów - tworzeniu sylabusów dla poszczególnych przedmiotów.

Budując i realizując koncepcję i program kształcenia na kierunku Grafika studia II stopnia, zwrócono się do **Interesariuszy zewnętrznych** w celu uwzględnienia potrzeb rynku pracy. Od





początku istnienia Uczelni działa w niej Konwent, jako ciało opiniujące i doradcze. W czasie wypracowywania efektów kierunkowych wystosowano prośbę do interesariuszy zewnętrznych z prośbą o udzielenie informacji na temat oczekiwań wobec absolwentów kierunku Grafika. Celem przeprowadzonego wywiadu była identyfikacja kluczowych kwalifikacji zawodowych oraz kluczowych kompetencji (kompetencje społeczne) pożądanych u absolwentów tego kierunku. Członkowie Konwentu w różnych formach m.in. kontaktów osobistych z władzami Uczelni, wymiany korespondencji, ankiet, a także na wspólnych posiedzeniach wyrażają opinie na temat oczekiwań kwalifikacji absolwenta.

W tym samym czasie w celu dokonania oceny dotychczasowego programu kształcenia na I stopniu studiów zwrócono się do absolwentów, oraz ich obecnych pracodawców. Ankieta i wywiad miały na celu określenie najlepszych i najgorszych elementów dotychczasowego programu studiów i w dalszej kolejności zwrócono się do pracodawców z prośbą o ocenę założeń do programu kształcenia i efektów uczenia się na II stopniu studiów.

Poza wyżej wymienionymi działaniami powołany **Konwent**, dokonał analizy programu kształcenia, słuszności zaproponowanych kierunków działania, podziału na grupy wszystkich modułów kształcenia.

Kształcąc na profilu praktycznym nadal chcemy realizować zadania włączające naszych studentów do aktywności naukowych i przygotowujące ich do pogłębionych działań naukowo-rozwojowych. Stoimy na stanowisku, że aktywność studentów jest nierozdzielalnym elementem kształcenia w szeroko pojętym procesie zdobywania wiedzy i kompetencji obok istotnych umiejętności praktycznych, szczególnie w przypadku tego twórczego kierunku studiów. Poszukiwanie rozwiązań, odkrywczność, niezależna twórczość, aktywność i permanentny rozwój jako efekt wysiłku intelektualnego powinny być stałym atrybutem studiowania. Przestrzeganie i popularyzowanie tych cech powinno w krótkim czasie zaowocować zwiększoną świadomością, że studiowanie jest przywilejem osób aktywnych i ukierunkowanych na sukces, a nie tylko alternatywą i próbą naśladowniczą.

W programie studiów II stopnia przewidziano dużą część przedmiotów związanych z nowoczesnymi technologiami w tym technologiami AI, w obrębie bardzo atrakcyjnych modułów specjalizujących. W programie studiów znajdują się efekty uczenia się i przedmioty, których umieszczenie w planie studiów zostało także poprzedzone obserwacją rynku pracy w Europie. Program studiów zakłada przygotowanie absolwentów do podejmowania samodzielnych, merytorycznych, konstruktywnych i zgodnych z prawem decyzji oraz działań na rzecz środowiska zawodowego, przedsiębiorstw i instytucji. Program został wysoko oceniony przez interesariuszy zewnętrznych i pracodawców, z którymi współpracują już nasi absolwenci I stopnia studiów.

Każda organizacja chciałaby, aby w jej strukturach pracowali kompetentni pracownicy, czyli takie osoby, które posiadają trwałe cechy i właściwości przesądzające o ich efektywności w pracy zawodowej.

Dlatego też pracodawcy, w czasie konsultacji, rozmów, spotkań i wszelakich kontaktów w tym mailowych Konwentu, mając do dyspozycji zestaw pytań i zagadnień mogli wskazać





fundamentalne kompetencje, jakie powinien posiadać absolwent, rzetelnie wykształcony i przygotowany do aktywności na obecnym rynku pracy.

Zakładamy, zgodnie z naszą koncepcją, że studenci na pierwszym semestrze zdobywać będą wiedzę teoretyczną i praktyczne umiejętności, które stanowią będą fundament ich dalszego rozwoju w projektowaniu i marketingu cyfrowym. Ucząc się, jak budować spójny wizerunek marki w mediach cyfrowych, rozwijając zdolności artystyczne oraz umiejętność pracy z mediami wizualnymi. Poznając także techniki wykorzystania sztucznej inteligencji oraz analizowania przekazu wizualnego, co pozwala im tworzyć skuteczne kampanie. Zrozumienie funkcjonowania współczesnych mediów, aspektów prawnych i etycznych, a także kontekstu historycznego sztuki i designu, umożliwią im świadome tworzenie i wdrażanie strategii komunikacyjnych. Po pierwszym semestrze, świadomie będą mogli podjąć właściwą dla nich decyzję odnośnie wyboru zakresu kształcenia na kolejnych semestrach. W semestrze III i IV studenci rozpoczną aktywność w procesie przygotowania pracy dyplomowej, która uwieńczy ich pracę i naukę.

Stawiamy wysokie wymagania w kwestii umiejętności praktycznych traktując także praktyki zawodowe studentów jako element kształcenia pozwalający na zidentyfikowanie się studenta i w pewnym stopniu już sprawdzenie swoich sił i możliwości na rynku pracy. To forma zajęć w naszej koncepcji kształcenia o wysokim priorytecie.

3. Wskazanie związku studiów ze strategią uczelni

Atrakcyjna koncepcja kształcenia na studiach II stopnia na kierunku Grafika o profilu praktycznym wiąże się z misją Uczelni i jej strategią kształcenia młodych, wykwalifikowanych kadr, zdolnych zasilić nie tylko lokalny, ale globalny rynek pracy. Kształcenie na wysokim poziomie, w proponowanych zakresach zwiększających szansę zdobycia zatrudnienia na rynku pracy lub dostarczających instrumentów do podjęcia inicjatyw w zakresie indywidualnej przedsiębiorczości, staje się zarazem podstawowym narzędziem wspomagającym rozwój technologiczny i kształtującym nowoczesne oblicze kulturalno-społeczne regionu.

Program kształcenia kierunku grafika w zakresach:

- Design i Strategie Marketingu Cyfrowego,
- Projektowanie i Media Wizualne,

Te zakresy kształcenia są odpowiedzią na misję uczelni i jej strategią przyjętą i realizowaną od początku istnienia uczelni. W chwili obecnej uczelnia realizuje uchwaloną przez Senat Uczelni strategię rozwoju na lata 2020 – 2024, w której to specyfikacji działań jednym z głównych punktów jest uruchomienie kształcenia na kierunku Grafika – studia II stopnia.

Utworzenie studiów II stopnia z zakresu marketingu cyfrowego, projektowania oraz fotografii i filmu jest logiczną kontynuacją i rozwinięciem kompetencji nabytych na studiach I stopnia na kierunku Grafika. To także zgodne z celami strategicznymi uczelni, takimi jak rozwój





kreatywności, odpowiedź na potrzeby rynku pracy, innowacyjność oraz współpraca z biznesem i środowiskiem przedsiębiorstw i instytucji gospodarczych. Potrzeba łączenia elementów artystycznych z koniecznością zarządzania. Współczesny rynek pracy wymaga specjalistów, którzy potrafią połączyć funkcje artystyczne z obsługą i wykorzystaniem w pracy twórczej nowych technologii. Studia II stopnia na kierunku Grafika w zakresie Projektowanie i Media Wizualne oraz Design i Strategie Marketingu Cyfrowego umożliwiają dostęp do wiedzy, propagowanie i doświadczenia z zakresu twórczości artystycznej, jak i strategii zarządzania projektami marketingowymi i projektowo-artystycznymi.

Uzasadnienie utworzenia studiów II stopnia na kierunku Grafika w zakresie - "Projektowanie i Media Wizualne" oraz "Design i Strategie Marketingu Cyfrowego" opiera się na rosnącym zapotrzebowaniu rynku na specjalistów, którzy łączą umiejętności projektowania z nowoczesnymi strategiami marketingowymi w środowisku cyfrowym. Współczesne media wymagają twórców potrafiących efektywnie projektować treści wizualne, a jednocześnie zrozumieć mechanizmy cyfrowego marketingu i komunikacji z odbiorcą. Kontynuacja studiów I stopnia na kierunku Grafika pozwala studentom rozwinąć zdobyte umiejętności techniczne i estetyczne, szczególnie w zakresie projektowania graficznego i nowych mediów, a także uzupełnia je o zaawansowaną wiedzę dotyczącą artystycznego marketingu cyfrowego. Studia II stopnia umożliwiają przede wszystkim pogłębienie kompetencji w dziedzinach projektowania interaktywnego, user experience (UX), a także strategii budowania marki i promocji w środowisku cyfrowym, co odpowiada na potrzeby współczesnych branż kreatywnych oraz marketingowych.

Tworzenie studiów II stopnia - "Projektowanie i Media Wizualne" oraz "Design i Strategie Marketingu Cyfrowego" w kontekście także ekologii i "Zielonej Gospodarki" ma na celu przygotowanie specjalistów, którzy nie tylko posiadają zaawansowane umiejętności projektowe i marketingowe, ale także rozumieją, jak ich praca wpływa na środowisko. W duchu "Green Economy" program powinien uwzględniać:

- **Zrównoważony design** – studenci uczą się projektować z myślą o minimalizacji negatywnego wpływu na środowisko, stosując ekologiczne materiały, cyfrowe technologie zamiast zasobożernych procesów oraz promując długowieczność i recykling w projektach.
- **Cyfrowy marketing proekologiczny** – poznanie marketingu cyfrowego uczy, jak tworzyć kampanie promujące produkty i usługi o niskim śladzie węglowym, oraz jak stosować narzędzia analityczne do monitorowania ekologicznego wpływu działań marketingowych.
- **Świadomość ekologiczna** – program kładzie nacisk na edukowanie studentów o wpływie ich decyzji projektowych i marketingowych na środowisko, promując działania zgodne z zasadami gospodarki cyrkularnej i zrównoważonego rozwoju.





Takie studia odpowiadają na rosnące zapotrzebowanie rynku na specjalistów, którzy potrafią tworzyć i promować produkty zgodne z ideami "zielonej gospodarki", odpowiadając jednocześnie na potrzeby współczesnych konsumentów świadomych ekologicznie.

Powyższe założenia są ściśle powiązane ze strategią rozwoju Uczelni. Rzetelne i nowoczesne kształcenie studentów na potrzeby regionu – to podstawowy cel Uczelni. Zapotrzebowanie rynku jak i dostrzeżone w ankietach zainteresowanie kandydatów tym kierunkiem studiów są potwierdzeniem właściwie wybranej strategii.

W programie kształcenia dla kierunku Grafika studia II stopnia zawarto efekty uczenia się, których uzyskanie pozwala na wykształcenie absolwenta przygotowanego profesjonalnie do wykonywania zawodu grafika w oczekiwaniu rynku pracy na specjalistów w zakresie szeroko pojętych multimediiów i nowoczesnych technik komunikacji.

Misją Wyższej Szkoły Technologii Informatycznych w Katowicach jest kształcenie wysoko wykwalifikowanych kadr w ścisłym powiązaniu z zapotrzebowaniem nauki i gospodarki regionu. Naszym naczelnym zadaniem i statutowym obowiązkiem jest przekazywanie studentom wiedzy na najwyższym poziomie, łącząc ją z wychowaniem w duchu poszanowania prawa, wolności nauki i przestrzegania etyki. Rozbudzanie w studentach wrażliwości na sztukę, jej rozwijający osobowościowo odbiór i możliwość jej tworzenia w poczuciu odpowiedzialności za publikację dzieła.

Dążymy także do otwarcia się studentów i absolwentów na sztuki pokrewne, sztuki muzyczne, teatralne i filmowe.

Uczelnia spełnia swoje obowiązki i wypełniała swoją misję na każdym etapie i w każdym czasie swojej działalności.

Absolwent, który rzetelnie kontynuuje kształcenie, odnosi sukcesy na polu nauki lub w zawodzie grafika na rynku pracy, a wcześniej otrzymał wiedzę i zdobył umiejętności w naszej Uczelni, jest dowodem prawidłowo realizowanej koncepcji kształcenia i jest oczywistym dowodem naszego sukcesu.

Wyższa Szkoła Technologii Informatycznych w Katowicach w swoich działaniach dąży do uzyskania wysokiej jakości kształcenia z poszanowaniem zasady wolności nauczania oraz praw chroniących własność intelektualną. Takie zasady przyjmujemy również w założeniach kształcenia na kierunku Grafika – na II stopniu studiów.

Chcemy aby absolwent tego kierunku, który zrealizował wszystkie założone efekty uczenia się był zdecydowanie bardziej uniwersalnie przygotowany do natychmiastowej aktywności na rynku zawodowym. W koncepcji kształcenia ze wszech miar dążymy do tego, aby nasi absolwenci na rynku pracy byli dostrzegani przez firmy, instytucje i pracodawców jako osoby z tytułem zawodowym, którego nadanie posiada uzasadnienie w nieprzeciętnej wiedzy, umiejętnościach i kompetencjach jego posiadacza.





Nasza założona koncepcja kształcenia pozwala najlepiej przygotować absolwenta do skutecznego wykonywania zadań zawodowych w warunkach wymagającej gospodarki rynkowej.

4. Wskazanie potrzeb społeczno-gospodarczych utworzenia studiów oraz zgodności efektów uczenia się z tymi potrzebami

Aktualna sytuacja na rynku pracy stanowi wyzwanie dla systemu szkolnictwa wyższego. Co roku na rynku pracy pojawiają się tysiące absolwentów uczelni wyższych, którzy próbują weryfikować w praktyce swoje umiejętności i wiedzę zdobytą podczas studiów.

Na etapie tworzenia koncepcji kształcenia dla kierunku Grafika studia II stopnia przeprowadzono szereg wywiadów z przedstawicielami działalności gospodarczej, firm i instytucji, których twórczość, produkcja i usługi są ściśle związane z kierunkiem studiów.

Wyniki analiz i przeprowadzonych badań potwierdzają potrzebę uruchomienia kierunku Grafika studia II stopnia w Wyższej Szkole Technologii Informatycznych w Katowicach. Takie też są oczekiwania, jak określono wyżej, absolwentów I stopnia studiów naszej uczelni.

Należy nadmienić, że choć w wielu obszarach gospodarki trudno przewidywać oczekiwania rynku pracy w przyszłości, to w przypadku nowych technologii graficznych i medialnych i ich wykorzystania istnieje pewność ciągłego rozwoju i konieczności dostarczenia profesjonalnej kadry ze specjalistycznym przygotowaniem, szczególnie kadry z praktycznymi umiejętnościami.

Od kilku lat gromadzone i ciągle aktualizowane opinie pracodawców dotyczące zgodności efektów kształcenia z potrzebami rynku pracy, będą również w przyszłości uwzględniane w procesie doskonalenia programu studiów na tym kierunku. Większość absolwentów kierunku Grafika studia I stopnia naszej Uczelni, wykazuje potrzebę i gotowość do poszerzenia i pogłębienia wiedzy, kompetencji, umiejętności i podjęcia studiów II stopnia. Gromadzone opinie i wnioski pracodawców, których przedstawiciele zgrupowani są w aktywnie działającym od lat Konwencie naszej Uczelni, są udokumentowane w protokołach i opracowaniach, będących wynikami spotkań i posiedzeń Konwentu Uczelni, realizowanych okresowo.

Od lat Uczelnia planowała uruchomienie kształcenia na kierunku Grafika studia II stopnia jako kontynuację studiów I stopnia. Dla tego właśnie celu przygotowała koncepcję kształcenia i program studiów I stopnia, które pozwalają staranniejsze przygotować się absolwentom do dalszego kształcenia na II stopniu studiów. To koncepcja rozwoju Uczelni i zapewnienia jej absolwentom możliwie najlepszego przygotowania do aktywności na rynku pracy i dalszego doskonalenia się. **Nasze osiągnięcia w pracy kształcenia studentów I stopnia dwukrotnie doceniła Polska Komisja Akredytacyjna wydając pozytywne oceny i opinie na wizytowanym kierunku Grafika w roku 2017 i obecnie w roku 2024.**

Utworzenie studiów II stopnia z marketingu cyfrowego, projektowania, mediów wizualnych, fotografii i filmu odpowiada na potrzeby współczesnej gospodarki, szczególnie w kontekście digitalizacji i dynamicznego rozwoju sektora kreatywnego. Efekty uczenia się - tych studiów są





zgodne z wymaganiami i oczekiwaniami rynku pracy oraz wpisują się w cele rozwoju zarówno lokalnego, jak i krajowego.

Z obserwacji, badań i analiz, które przeprowadzaliśmy dostrzec można:

- **Wzrost znaczenia marketingu cyfrowego w gospodarce.**
Digitalizacja rynku obejmuje niemal każdą branżę, gdzie marketing cyfrowy (np. media społecznościowe, SEO, SEM) jest kluczowy, a popyt na specjalistów w tej dziedzinie stale rośnie. Dynamiczny rozwój e-commerce zwiększa zapotrzebowanie na profesjonalistów, artystów plastyków tworzących strategie cyfrowe i materiały wizualne dostosowane do handlu online.
- **Zmieniające się potrzeby rynku pracy.**
Specjaliści muszą łączyć wiedzę z różnych dziedzin, m.in. technologii cyfrowych, marketingu i tworzenia skutecznie oddziałujących treści wizualnych. Zwiększa się znaczenie automatyzacji, analizy danych oraz personalizacji dobrze artystycznie przygotowanych kampanii marketingowych, co wymaga specjalistów znających zaawansowane narzędzia i analitykę.
- **Rozwój branży kreatywnej.**
Coraz większa ilość treści multimedialnych (obraz, wideo, animacje) jest tworzona do marketingu, reklamy i rozrywki. Studia przygotowują specjalistów do projektowania i realizacji kompleksowych kampanii multimedialnych, co staje się obecnie jednym z głównych narzędzi marketingowych.
- **Wzrost znaczenia komunikacji wizualnej.**
Treści wizualne, takie jak grafiki, wideo i zdjęcia, stają się kluczowym narzędziem komunikacji marketingowej. Studia II stopnia mają na celu przygotowanie specjalistów zdolnych do tworzenia angażujących treści wizualnych, odpowiadając na rosnące zapotrzebowanie firm, instytucji i agencji reklamowych.

W odpowiedzi na potrzeby rynku pracy tworzymy program studiów II stopnia, który pozwoli studentom na pozyskanie wiedzy, umiejętności i kompetencji w zakresie:

- **Umiejętności projektowe i technologiczne.**
Studia rozwijają zaawansowane umiejętności w zakresie projektowania (UX/UI, kampanie multimedialne) oraz tworzenia materiałów promocyjnych, co pozwala na skuteczne wdrażanie kampanii marketingowych i optymalizację treści cyfrowych.
- **Zdolności strategiczne w marketingu cyfrowym.**
Studenci nauczą się projektowania i realizacji złożonych kampanii marketingowych z wykorzystaniem technologii cyfrowych i narzędzi automatyzacji, co zwiększa ich atrakcyjność na rynku pracy.





- **Kreatywność w produkcji multimedialnej.**

Program studiów przygotowuje do pracy w branży kreatywnej, z naciskiem na twórczość i produkcję wysokiej jakości treści wizualnych, które są kluczowe w kampaniach marketingowych.

- **Zdolność do pracy w zespole interdyscyplinarnym.**

Studenci będą gotowi do pracy w zespołach łączących różne dziedziny, integrując umiejętności technologiczne, projektowe i marketingowe, co jest istotne w branży kreatywnej.

- **Wykorzystanie zasobów i technologii AI.**

Rozwój technologii AI staje się bezdyskusyjny, wprowadzając usługi i produkty kreacji plastycznej na zaawansowane i przyszłościowo rozległe, czasami nieznane jeszcze tory.

Warto dostrzec, że firmy i instytucje coraz bardziej przystosowują się do wymogów gospodarki cyfrowej, co zwiększa zapotrzebowanie na specjalistów od marketingu internetowego. Program studiów dostarcza wykwalifikowanych absolwentów, którzy wspomogą rozwój przedsiębiorstw poprzez projektowanie nowoczesnych kampanii marketingowych.

Przy tworzeniu koncepcji kształcenia wykorzystano wiedzę i doświadczenie:

- samodzielnych pracowników naukowych,
- nauczycieli i wykładowców praktyków,
- interesariuszy wewnętrznych w tym absolwentów i studentów I stopnia studiów o kierunku Grafika,
- praktyków zawodowych,
- przedstawicieli firm i przedsiębiorstw związanych z grafiką i nowymi technologiami
- interesariuszy zewnętrznych w tym członków Konwentu Uczelni
- pracodawców i firmy realizujących praktyki studenckie
- osoby współpracujące – reprezentujące zadania oparte o wzorce międzynarodowe.



**Wyższa Szkoła Technologii
Informatycznych w Katowicach**



Fundusze Europejskie
dla Rozwoju Społecznego



Rzeczpospolita
Polska

Dofinansowane przez
Unię Europejską

