Uniwersytet Dolnośląski DSW
Wrocław

Media design i marketing wizerunkowy

STUDIA II STOPNIA - KIERUNEK

Forma: Niestacjonarne

Sposób realizacji: Hybrydowe

Cechy: Studia II stopnia • Od marca • Polski • 4 semestry

Czego się nauczysz?

- Zrozumiesz, jak **budować i rozwijać markę opartą na spójnej filozofii, narracji i estetyce**. Nauczysz się komunikować wartości marki w sposób atrakcyjny i zrozumiały.
- Nauczysz się **tworzyć angażujące treści multimedialne przy użyciu zaawansowanych technologii**, takich jak Adobe CC, narzędzia 3D, Sora, ChatGPT czy AI-design.
- Poznasz z**asady UX design, design thinking i narratologii,** które pozwolą Ci projektować funkcjonalne, przyjazne i emocjonalnie angażujące media i kampanie.
- Opanujesz **sztukę analizy rynku i konkurencji,** dzięki czemu skutecznie rozpoznasz trendy, zrozumiesz potrzeby odbiorców i trafnie zaplanujesz strategię marki.
- Nauczysz się **zarządzać projektami kreatywnymi,** tworzyć raporty i analizować dane – od estetyki po skuteczność komunikacyjną i efektywność działań marketingowych.
- Dowiesz się, jak **wykorzystać sztuczną inteligencję w marketingu** – od generowania treści po automatyzację kampanii i tworzenie dynamicznych, spersonalizowanych przekazów.

Praca dla Ciebie

- **Pracuj jako specjalista ds. marketingu wizerunkowego.** Twórz i wdrażaj strategie komunikacji marki, budując silny i spójny wizerunek firmy w mediach.
- **Zatrudnij się jako content designer.** Projektuj treści dopasowane do różnych kanałów i odbiorców. Twórz angażujący content i rozwijaj storytelling.
- **Bądź UX designerem.** Dbaj o doświadczenie użytkownika w aplikacjach i serwisach. Łącz estetykę z funkcjonalnością i użytecznością cyfrowych rozwiązań.
- **Zostań motion designerem w branży kreatywnej.** Odpowiadaj za animacje i ruchome obrazy. Ożywiaj komunikację wizualną w socialach, kampaniach i reklamie.
- **Rozwijaj się jako analityk danych marketingowych.** Interpretuj dane i trendy rynkowe. Twórz raporty, które wspierają skuteczne decyzje strategiczne.
- **Zatrudnij się jako AI content creator.** Korzystaj z narzędzi opartych na sztucznej inteligencji, by automatyzować, analizować i tworzyć nowoczesne kampanie.

Program studiów

Praktyczne studia

Uczymy tak, aby jak najlepiej przygotować Cię do rzeczywistych wyzwań, z jakimi spotkasz się w pracy zawodowej.

- **Projekty grupowe** – realne problemy biznesowe.
- **Symulacje** – decyzje w warunkach rynkowych.

- **Staże i praktyki** – doświadczenie w firmach.
- **Wykłady z praktykami** – eksperci z rynku.
- **Nowoczesne narzędzia** – aktualne technologie.
- **Case studies** – analiza realnych przypadków.

Wybrane zajęcia kierunkowe:

- Dziedziny projektowania mediów
- Technologie komunikacji medialnej
- Digital marketing
- Metodyka pracy z AI
- Problemy cyfrowej kultury wizualnej
- Branding i zarządzanie wizerunkiem
- Prawne i etyczne problemy komunikacji marketingowej
- UX design w projektowaniu komunikacji
- Estetyka w projektowaniu wizualnym
- Semiotyka marketingu
- Filozofia marki w praktyce
- Analityka danych w marketingu
- Jakościowy content marketing
- Narracje i scenariusze w projektowaniu mediów
- Projektowanie kanałów komunikacji marki
- Zarządzanie projektami kreatywnymi

Wybrane zajęcia specjalnościowe:

- Programowanie w marketingu
- Big Data i AI w marketingu
- Automatyzacja marketingu
- Kreacja i redakcja treści dla mediów cyfrowych z użyciem AI
- Redakcja i edycja tekstów w projektach medialnych
- Zarządzanie treściami w ekosystemie mediów

- Narracje marki: archetypy i mitologie w strategiach wizerunkowych
- Sieciowe modele biznesowe
- AI w pracy na zbiorach danych – projekt
- Wizualizacja danych i raportowanie analiz
- Projektowanie graficzne z elementami AI
- Fotografia w komunikacji wizualnej
- Produkcja wideo
- Postprodukcja wideo
- Projektowanie procesu motion design
- Projektowanie grafiki 2D
- Motion graphic design

Rozwijaj kompetencje językowe na studiach II stopnia

- W 4. semestrze obowiązkowo zrealizujesz przedmiot w języku angielskim, dostosowany do wybranej specjalności.
- Dodatkowo możesz wybrać dwa kolejne przedmioty w tym języku – wykładowy i ćwiczeniowy.
- To świetna okazja, aby rozwijać kompetencje językowe i zdobywać wiedzę w międzynarodowym kontekście.

Praktyki i staże

Praktyki zawodowe to ważny element studiów. Studenci studiów magisterskich realizują **480 godzin praktyk** w całym toku studiów, zdobywając doświadczenie zawodowe. Jeśli pracujesz w zawodzie zgodnym z kierunkiem studiów, możesz zaliczyć praktyki na podstawie zatrudnienia. W trakcie studiów masz też szansę na płatny staż. Programy stażowe przygotowują pracodawcy, z którymi współpracujemy, dostosowując wymagania do stanowisk, co ułatwia pierwsze kroki zawodowe.

To kierunek dla osób, które:

- chcą tworzyć spójną i atrakcyjną komunikację marki, łącząc filozofię, narrację i estetykę w skuteczne strategie marketingowe,
- interesują się nowoczesnymi technologiami, takimi jak Adobe CC, narzędzia 3D, AI oraz chcą projektować angażujące treści multimedialne i kampanie,
- pragną projektować funkcjonalne i przyjazne dla użytkownika rozwiązania, wykorzystując zasady UX design, design thinking i narratologię,

- chcą rozwijać umiejętności analityczne i zarządcze, aby skutecznie planować, realizować i optymalizować projekty kreatywne z wykorzystaniem sztucznej inteligencji.

Zasady rekrutacji

- Jeśli **masz już dyplom licencjata lub inżyniera**, możesz zostać studentem studiów drugiego stopnia.
- Trwają **one 2 lata** i kończą się obroną pracy magisterskiej oraz uzyskaniem dyplomu magistra.
- O przyjęciu na studia **decyduje kolejność zgłoszeń** oraz **złożenie kompletu dokumentów i spełnienie wymogów wynikających z zasad rekrutacji.**

Dowiedz się więcej

Stypendia i zniżki

- Możesz otrzymać te **same stypendia**, co studenci uczelni publicznych, w tym **naukowe, sportowe, socjalne i zapomogi.**
- Dodatkowo, **elastyczny system opłat** pozwala Ci wybrać, w ilu ratach chcesz opłacać czesne.

Dowiedz się więcej

Ceny

Dla Kandydatów

Czesne stopniowane		Czesne równe	
Studia niestacjonarne			
1 rok	**630 zł** ~~667 zł~~ (12 x 630 zł) Najniższa cena z ostatnich 30 dni: 625zł	1 rok	**700 zł** ~~737 zł~~ (12 x 700 zł) Najniższa cena z ostatnich 30 dni: 695zł
2 rok	**901 zł** ~~945 zł~~ (10 x 901 zł) Najniższa cena z ostatnich 30 dni: 895zł	2 rok	**791 zł** ~~835 zł~~ (10 x 791 zł) Najniższa cena z ostatnich 30 dni: 785zł

Dla naszych absolwentów

Czesne stopniowane		Czesne równe	
Studia niestacjonarne			
1 rok	**613 zł** ~~667 zł~~ (12 x 613 zł) Najniższa cena z ostatnich 30 dni: 608zł	1 rok	**683 zł** ~~737 zł~~ (12 x 683 zł) Najniższa cena z ostatnich 30 dni: 678zł
2 rok	**881 zł** ~~945 zł~~ (10 x 881 zł) Najniższa cena z ostatnich 30 dni: 875zł	2 rok	**771 zł** ~~835 zł~~ (10 x 771 zł) Najniższa cena z ostatnich 30 dni: 765zł

Dla kandydatów z zagranicy

Czesne równe
Studia niestacjonarne

Czesne równe	
1 rok	**700 zł** ~~737 zł~~ (12 x 700 zł) Najniższa cena z ostatnich 30 dni: 695zł
2 rok	**791 zł** ~~835 zł~~ (10 x 791 zł) Najniższa cena z ostatnich 30 dni: 785zł

W oparciu o art. 80 ust. 3 ustawy z dnia 20 lipca 2018 r. Prawo o szkolnictwie wyższym i nauce uczelnia raz w roku akademickim zwiększa wysokość czesnego określonego w § 3 ust. 1 Umowy o wskaźnik równy wskaźnikowi wzrostu cen towarów i usług konsumpcyjnych za rok kalendarzowy poprzedzający rok, w którym dokonuje się waloryzacji, ogłoszony przez Prezesa Głównego Urzędu Statystycznego, łącznie nie więcej niż o 30 % do czasu ukończenia studiów określonych w Umowie.

W tabeli znajdują się ceny na rok akademicki 2025/2026 dla studentów zaczynających naukę od 1 semestru. Dla studentów zaczynających naukę od 2 semestru w trakcie rekrutacji zimowej 2025/2026 ceny zostaną przeliczone indywidualnie podczas zapisu na studia. Całość zniżki odliczana jest od kwoty czesnego na pierwszym roku studiów.

Specjalności na kierunku Media design i marketing wizerunkowy

Content design i creative writing

Form: Niestacjonarne

Sposób realizacji: Hybrydowe

Motion design i animacja w marketingu

Form: Niestacjonarne

Sposób realizacji: Hybrydowe

AI design i automatyzacja w marketingu

Form: Niestacjonarne

Sposób realizacji: Hybrydowe

Data analytics i badanie rynku

Form: Niestacjonarne

Sposób realizacji: Hybrydowe

Kreacja multimedialna i komunikacja wizualna

Form: Niestacjonarne

Sposób realizacji: Hybrydowe

UX design

Form: Niestacjonarne

Sposób realizacji: Hybrydowe

Wykładowcy

dr Barbara Kilijańska, Menedżer kierunku

- Specjalizuje się w badaniach okulograficznych.
- Doświadczona badaczka komunikacji społecznej, procesów poznawczych i strategii marketingowych.
- Autorka publikacji naukowych oraz wystąpień konferencyjnych.
- Łączy wykształcenie ekonomiczne z naukami o mediach i komunikacji, analizuje potrzeby stron procesów i projektuje dopasowane rozwiązania.

dr hab. Małgorzata Synowiec-Piłat

- Socjolog, specjalizuje się w socjologii zdrowia i medycyny oraz promocji zdrowia. Prowadzi aplikacyjne badania ilościowe dot. problamatyki zdrowia i choroby. Autorka licznych publikacji naukowych.
- Prezes Fundacji Kreatywnie dla Zdrowia (od 2016 r.). Przewodnicząca Zarządu Sekcji Socjologii Zdrowia i Medycyny Polskiego Towarzystwa Socjologicznego (od 2019).
- Od wielu lat współpracuje z samorządem terytorialnym w charakterze eksperta. Kierownik projektów badawczo-wdrożeniowych, realizowanych na zlecenie gminy Wrocław.
- Współautorka oraz kierownik merytoryczny i koncepcyjny dokumentu polityki publicznej „Kierunki działań w zakresie zdrowia publicznego dla mieszkańców Wrocławia na lata 2022-2026”.

dr Marek Zimnak

- Specjalizuje się w komunikacji społecznej, koncentrując się na mediach, public relations oraz wykorzystaniu sztucznej inteligencji w procesach komunikacyjnych i budowaniu relacji z otoczeniem.
- Wieloletni dziennikarz mediów ogólnopolskich i lokalnych, wykładowca akademicki oraz autor książek i artykułów naukowych, w których łączy doświadczenie zawodowe z refleksją badawczą.
- Wypromował blisko tysiąc licencjatów i magistrów. Brał udział w wielu konferencjach naukowych o zasięgu międzynarodowym, dzieląc się doświadczeniem i wynikami badań.
- Pełni rolę konsultanta naukowego przy realizacji bonów naukowych, współpracując z przemysłem i wspierając transfer wiedzy oraz innowacyjnych rozwiązań do praktyki gospodarczej.

dr Anna Zięty

- Obszar zainteresowań naukowych obejmuje media i edukację medialną, psychologię mediów, marketing online, nowoczesne technologie w edukacji oraz projektowanie i wdrażanie szkoleń e-learningowych.
- Doświadczona ekspertka w projektowaniu nowoczesnej dydaktyki akademickiej i e-learningu, łączy medioznawstwo z praktyką szkoleniową oraz edukacją cyfrową. Certyfikowana tutorka, trenerka i badaczka.

- Autorka i współautorka publikacji naukowych oraz raportów badawczych. Projektantka szkoleń e-learningowych, współrealizatorka projektów edukacyjnych, w tym kampanii społecznych.
- Wykazuje biegłość w projektowaniu i wdrażaniu szkoleń e-learningowych, tworzeniu stron WWW, materiałów multimedialnych oraz spójnych strategii medialnych.

dr Maria Morawiecka

- W pracy naukowej zajmuje się przede wszystkim analizą zależności między wytworami kultury wizualnej, a mentalnymi obrazami świata. Szczególną uwagę poświęca mapom, monstrom i marginesom.
- Absolwentka kulturoznawstwa na Uniwersytecie Wrocławskim i ASPP „Abrys” na specjalizacji grafika użytkowa. Doktor nauk humanistycznych.
- Autorka tekstów naukowych, literackich oraz realizacji artystycznych. Publikowała w renomowanych pismach polskich i międzynarodowych.
- Ma wieloletnie doświadczenie w pracy ze studentami wyższych uczelni, zarówno na kierunkach teoretycznych, jak i praktycznych.

dr Michał Otrocki

- Doktor nauk humanistycznych, komunikolog i medioznawca. Bada analizę dyskursu, semiotykę oraz antropologię mediów w kontekstach marketingowych i wizerunkowych.
- Jako doradca w obszarze brandingu i public relations oraz badacz komunikacji prowadził semiotyczne audyty komunikacyjne dla firm i instytucji publicznych.
- Autor i redaktor monografii oraz opracowań komunikologicznych i medioznawczych. Współzałożyciel i członek rady naukowej Konsorcjum Naukowego Analiza Dyskursu.
- Doświadczenie zawodowe zdobywał jako dziennikarz prasowy, fotograf i grafik. Prowadzi warsztaty fotograficzne oraz tworzy ilustracje i projekty szaty graficznej książek.

dr Jakub Wieszczak

- Naukowo specjalizuje się w analityce interdyscyplinarnego oddziaływania mechanizmów komunikacji wizerunkowej, współczesnych wyzwaniach tożsamościowych oraz mechanice i wpływie pamięci zbiorowej.
- Wykładowca akademicki z 10-letnim doświadczeniem, działający w obszarach nauk społecznych, komunikacji wizerunkowej i socjologii. Jako praktyk i teoretyk ceni dialog i komunikację w realizacji badań.
- Twórca artykułów naukowych, popularnonaukowych i recenzji, uczestnik konferencji międzynarodowych, współpracownik organizacji pozarządowych oraz współorganizator projektów naukowych.
- Członek organizacji pozarządowej „Stowarzyszenie Projekt Akademia”, twórca autorskich programów dydaktycznych oraz promotor prac dyplomowych z doświadczeniem także w obszarach pozaakademickich.

mgr Adam Piwek

- Specjalizuje się w digital marketingu, e-commerce, employer brandingu, nowoczesnej komunikacji oraz projektowaniu i wdrażaniu rozwiązań Employee & Marketing Technologies.
- Doświadczony ekspert z niemal 20-letnim doświadczeniem w komunikacji digital oraz blisko 10-letnim w zarządzaniu projektami i wdrażaniu nowoczesnych technologii.
- Autor ponad 100 artykułów i raportów z obszarów HR, marketingu i innowacji; trener biznesu, absolwent studiów podyplomowych na uniwersytetach Merito oraz MBA dla branży IT w PJATK.
- Pracował m.in. dla marek Ceneo, Santander Consumer Bank, dmTECH, Goldenline, HRlink, CBRE, Factory, VIA Outlets, Narodowe Centrum Kultury, Ministerstwo Rozwoju, Wiosna i ZHP.

mgr Filip Pogodziński

- Zajmuje się projektowaniem gier i poziomów, łącząc narrację, gameplay i atmosferę w spójne doświadczenie gracza.
- Tworzy autorskie projekty w Unreal Engine, samodzielnie realizując gameplay, level design, programowanie i modele 3D.
- Łączy wiedzę techniczną i artystyczną, tworząc gry o wyrazistym klimacie i dopracowanej strukturze poziomów.
- Posiada doświadczenie w game designie i level designie, zdobyte przy tworzeniu gier oraz w pracy dydaktycznej.

mgr Danuta Kidawa

- Absolwentka statystyki i ekonometrii, wykładowczyni o szerokich zainteresowaniach, prowadzi zajęcia z MS Excel oraz rozwija miękkie kompetencje przyszłości.
- Ekspertka z bogatym doświadczeniem na stanowiskach analitycznych i menedżerskich w obszarach finansów, analiz, produktu oraz marketingu.
- Współtworzy książkę o budowaniu biznesu online, pisze e-booki, szkoli i mentoruje; ukończyła podyplomowe Doradztwo zawodowe oraz coaching kariery.
- Pełni funkcję menedżera kierunków Marketing i sprzedaż oraz Logistyka.

mgr Filip Liebersbach

- Specjalizuje się w psychologii społecznej; zainteresowania badawcze obejmują narcyzm, polaryzację społeczną oraz wpływ interakcji online na zachowanie.
- Rozwija karierę naukowo-dydaktyczną jako badacz i asystent dydaktyczny na Uniwersytecie SWPS oraz Uniwersytecie DSW; posiada także doświadczenie jako psycholog szkolny i UX researcher.
- Współautor publikacji w międzynarodowym czasopiśmie „Social Influence” (Doliński i in., 2024); aktywnie prezentuje wyniki badań na konferencjach naukowych, m.in. PSPS.
- Posiada praktyczne doświadczenie w realizacji badań ilościowych, eksperymentalnych i terenowych; biegle analizuje dane z wykorzystaniem SPSS oraz Pythona.

mgr Rafał Rudawski

- Specjalizuje się w badaniach nad wpływem dźwięku i muzyki na manipulację medialną.
- Kompozytor muzyki filmowej i ilustracyjnej, dyrygent oraz pianista. Doświadczony ekspert produkcji i realizacji dźwięku, autor warsztatów, szkoleń i artykułów branżowych.
- Autor 10 albumów z muzyką filmową i ilustracyjną obecną w światowych mediach. Debiutował na 62. Warszawskiej Jesieni Muzycznej („Tchnienie”) i 56th GMWA w USA.
- Biegły w komponowaniu i ilustrowaniu, świetnie zna narzędzia do obróbki, montażu, edycji, miksu i masteringu. Wiedzę przekazuje z pasji do dźwięku i muzyki.

mgr Małgorzata Smolich

- Specjalistka w webdesignie oraz doświadczona praktyczka UX i Product Design, wykorzystuje podejście Human-Centered Design oraz procesy projektowe Design Thinking.
- Wieloletni trener i szkoleniowiec kieruje się zasadą: „kreatywność to inteligencja, która dobrze się bawi”. Praktyk biznesu z doświadczeniem w prowadzeniu i zarządzaniu projektami.
- Doświadczenie zdobywała jako menedżerka ds. szkoleń i R&D m.in. w AmRest (Pizza Hut, KFC), Impel SA, ORSAY i Hydropolis (MPWiK) oraz jako product designerka w software house’ach.
- Certyfikowana UX Designerka i menedżerka zasobów ludzkich. Prowadzi prace projektowe nad produktami cyfrowymi jako creative owner w jednej z wrocławskich agencji marketingowych.

mgr Paweł Janik

- Specjalizuje się w badaniach dyskursu językowego i wizualnego, typografii oraz layoutu z perspektywy nauk o komunikacji i projektowania graficznego.
- Grafik komputerowy, typograf i komunikolog, zajmujący się grafiką DTP, liternictwem, przepływem informacji w systemach informatycznych oraz badaniami wizerunku.
- Zdobył drugie miejsce w konkursie CLARIN-PL 2024 dla doktorantów i młodych naukowców za najlepszą pracę badawczą z zakresu nauk humanistycznych i społecznych.
- Wykazuje biegłość w projektowaniu grafiki i komunikacji.

Wypowiedzi osób

Z radością obserwuję, jak studenci rozwijają swoje umiejętności i pasje w świecie mediów i marketingu. Nasz program nie tylko zapewnia solidne podstawy teoretyczne i praktyczne, ale również stawia na niezwykle ważny aspekt, jakim są relacje międzyludzkie. Wspólne zajęcia, warsztaty i projekty sprzyjają budowaniu silnych więzi, które często trwają długo po ukończeniu studiów. Widzę dużą wartość w dołączaniu studentów do kół naukowych i odważeniu się na wyjazd za granicę w ramach programu Erasmus+

dr Barbara Kilijańska Menedżerka kierunku

Studia na tym kierunku łączą teorię z praktyką w świecie transformacji cyfrowej. Niezależnie od specjalności i późniejszego miejsca pracy – firmy, własna działalność czy sektor publiczny – studenci

zdobywają umiejętności korzystania z nowoczesnych technologii, internetu i współczesnej komunikacji. Zajęcia obejmują warsztaty, case studies i gry biznesowe, przygotowując do realnych wyzwań marketingowych.

Adam Piwek Wykładowca