

# Produkcja treści multimedialnych

STUDIA I STOPNIA - SPECJALNOŚĆ

**Forma:** Niestacjonarne • Stacjonarne

**Sposób realizacji:** Hybrydowe

**Cechy:** Studia I stopnia licencjackie • Od października • Polski • 6 semestrów

**Miasto:** Warszawa



## Czego się nauczysz?

- Zdobędziesz umiejętności **projektowania i realizacji treści wideo, podcastów, animacji oraz grafik**, które przyciągają uwagę odbiorców.
- Nauczysz się **obsługi profesjonalnych narzędzi do edycji obrazu i dźwięku**, wykorzystywanych w nowoczesnej produkcji multimedialnej.
- Opanujesz **tworzenie scenariuszy, storyboardów i koncepcji kreatywnych**, które są podstawą angażujących materiałów cyfrowych.
- Dowiesz się, jak **pracować z kamerą, mikrofonem i oświetleniem** – zarówno w studiu, jak i w plenerze.
- Zrozumiesz, jak **dostosowywać treści do różnych platform i formatów** – od YouTube i TikToka po podcasty i strony internetowe.
- Nauczysz się **współpracy w zespole produkcyjnym**, by skutecznie przeprowadzać cały proces – od pomysłu aż po publikację.

## Praca dla Ciebie

- Jako **twórca contentu multimedialnego** możesz przygotowywać profesjonalne materiały wideo, grafiki i treści audio na potrzeby biznesu, kultury i mediów.
- Na stanowisku **producenta multimedii** będziesz koordynować procesy tworzenia treści – od pomysłu po realizację i publikację w kanałach cyfrowych.
- Pracując jako **specjalista ds. komunikacji wizualnej**, zajmiesz się projektowaniem przekazów, które łączą obraz, dźwięk i tekst w spójne formy komunikacji.
- W **agencjach kreatywnych lub studiach produkcyjnych** możesz brać udział w realizacji kampanii wizerunkowych, filmów promocyjnych i projektów brandingowych.
- W redakcjach multimedialnych będziesz **współtworzyć materiały informacyjne i publicystyczne** w formacie cyfrowym – od krótkich formatów po pełne reportaże.
- Jako **freelancer** możesz rozwijać własną markę, realizując projekty dla klientów z różnych branż i budując niezależną karierę twórczą.

## 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

- Komunikacja społeczna
- Public relations
- Tworzenie treści biznesowych
- Reklama online
- Zarządzanie kanałami social mediów
- Copywriting i strategie komunikacyjne
- Badania rynku i analizy danych
- Wizualizacja danych
- Technologie multimedialne
- Sztuczna inteligencja w komunikacji
- Trendy w komunikacji online

## Wybrane zajęcia specjalnościowe:

- Grafika i animacja w multimedialnych
- Immersja i interakcja w multimedialnych
- Narracja wizualna i techniki video
- Narzędzia i techniki postprodukcji
- Prawo autorskie i etyka w mediach
- Produkcja multimedialna
- Podcasty i narracja dźwiękowa
- Scenariusze i storytelling medialny
- Tworzenie treści audio



- Zarządzanie projektem multimedialnym

## Nauka języka obcego

### Na studiach stacjonarnych:

- 120 godzin nauki języka obcego (30 godz. na semestr) od 1-4 semestru.

#### Forma realizacji:

wszystkie zajęcia prowadzone są w formie stacjonarnej z lektorem.

### Na studiach niestacjonarnych:

- 120 godzin nauki języka obcego (30 godz. na semestr) od 1-4 semestru.

#### Forma realizacji:

- 16 godzin zajęć w sali z lektorem (zjazdy)
- 14 godzin realizowanych w formule e-learningowej

**Do wyboru:** angielski, niemiecki, hiszpański.

## Praktyki i staże

Praktyki studenckie to ważny element studiów. Studenci studiów licencjackich oraz jednolitych studiów magisterskich realizują **960 godzin praktyk** (24 tygodnie), 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.

## Sposób zaliczenia studiów

Studia kończysz **obroną pracy dyplomowej**. Podczas egzaminu **przedstawiasz wnioski z przeprowadzonych badań**, a komisja zadaje pytania dotyczące Twojej pracy oraz zagadnień związanych z kierunkiem studiów. **Obrona stanowi warunek uzyskania tytułu licencjata** i jest podsumowaniem zdobytej wiedzy oraz umiejętności.

**Temat pracy wybierasz samodzielnie**, rozwijając obszar najlepiej dopasowany do Twoich zainteresowań i planów zawodowych. Jest on zgodny zarówno z kierunkiem studiów, jak i wybraną przez Ciebie specjalnością.

## Partnerzy kierunku



## Zasady rekrutacji

**Aby zostać studentem studiów I stopnia (licencjackich lub inżynierskich) na Uniwersytecie WSB Merito, należy:**

- ukończyć szkołę średnią,
- zdać maturę i uzyskać świadectwo dojrzałości,
- złożyć komplet wymaganych dokumentów,
- spełnić wymogi wynikające z zasad rekrutacji,
- o przyjęciu decyduje kolejność zgłoszeń oraz kompletność dokumentów.

[Dowiedz się więcej](#)

## Stypendia i zniżki

- Na studiach I stopnia oraz jednolitych magisterskich możesz skorzystać z **Programu Very Important Student (VIS)** i studiować 1. semestr za darmo.
- Możesz otrzymać stypendia takie jak na uczelni publicznych, m.in. **naukowe, sportowe, socjalne oraz zapomogi.**
- **Elastyczny system opłat** pozwala wybrać, w ilu ratach chcesz opłacać czesne

[Dowiedz się więcej](#)

## Ceny

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.

## Wykładowcy

### **mgr Katarzyna Kasprzyk, Menedżer kierunku**

- Menedżer Kierunku Media i Komunikacja w Biznesie, Dyplomowany Coach, trener biznesu i kompetencji miękkich, wykładowca akademicki z dwunastoletnim stażem.
- Absolwentka kierunku Zarządzanie WSM w Warszawie, Studiów Podyplomowych Public Relations i współpraca z mediami Szkoły Głównej Handlowej w Warszawie, Biznes Coaching w WSM w Warszawie.
- Ukończyła Kwalifikacyjne Studia Podyplomowe Emisja głosu na Uniwersytecie Marii Skłodowskiej – Curie w Lublinie. Jako trener specjalizuje się w szkoleniach z wystąpień publicznych i pracy z kamerą.
- Ekspert w dziedzinach: Public Relations i współpraca z mediami, wystąpienia przed kamerą, emisja głosu w prezentacjach biznesowych, social media.



## **mgr Anna Domin**

- Filozof-Ekspertka w zakresie etycznej komunikacji, ESG i strategii zrównoważonego marketingu. Współtworzy kampanie społeczne i edukacyjne, które inspirowały do zmiany. Autorka kampanii #jużwszystkomam.
- Ambasadorka AI, wykładowczyni akademicka, mentorka i autorka treści z pogranicza filozofii, etyki, marketingu i komunikacji. Łączy humanistyczną refleksję z praktyką biznesową.
- Doświadczona strateg komunikacyjna. Pracuje z kancelariami, markami kreatywnymi i przemysłowymi. Łączy wiedzę humanistyczną z praktyką biznesową. Współtwórczyni kolektywu THOSEGIRLS.PL
- Pisze o architekturze, wzornictwie i zrównoważonym projektowaniu dla Architect@Work i Architecture Snob. Współpracuje z mediami i wydarzeniami branżowymi jako autorka i redaktorka.

## **mgr Agnieszka Nowakowska-Twardowska**

- Specjalista marketingu medialnego, komunikacji i PR z dwudziestoletnim doświadczeniem w pracy na rynku produktowym i korporacyjnym, a także dziennikarz.
- Absolwentka Dziennikarstwa na WDiNP Uniwersytetu Warszawskiego, specjalność Marketing Medialny i Public Relations oraz studiów doktoranckich na WDiNP Uniwersytetu Warszawskiego.
- Jego zainteresowania naukowe obejmują dziennikarstwo, historię mediów i marketing. Pełni także funkcję opiekuna Koła Naukowego Rozwoju Liderów Biznesu.
- Znajomość rynku marketingu i PR, specjalista w zakresie budowania wizerunku marki, ekspert w obszarze wystąpień publicznych i szkoleń.

## **mgr Damian Stanisławski**

- Dziennikarz, prezenter telewizyjny, publicysta, medioznawca, wykładowca akademicki, specjalista ds. mediów, komunikacji i wizerunku, a także bezpieczeństwa międzynarodowego i polityki zagranicznej.
- Zdobywał doświadczenie w TVN, Telewizji Polskiej, Telewizji Wielkopolskiej i wPolsce24, pracując m.in. jako prezenter programów informacyjnych i publicystycznych, wydawca oraz redaktor naczelny
- Reporter relacjonujący najważniejsze wydarzenia z kraju i z zagranicy m.in.: trzęsienie ziemi w Turcji, zamachy w Izraelu, wybory prezydenckie i parlamentarne na świecie. Trener wystąpień publicznych.
- Absolwent Uniwersytetu Warszawskiego, specjalność studia badań nad Afryką, Bliskim i Środkowym Wschodem, a także Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza, specjalność prawo dyplomatyczne i konsularne.

## **dr Robert Antoszczak**

- Specjalizuje się w badaniach użyteczności (UX) oraz zastosowaniach sztucznej inteligencji w komunikacji medialnej i biznesie. Badacz komunikacji interpersonalnej oraz kreatywności.



- Od 25 lat jako przedsiębiorca prowadzi m.in. software house realizujący projekty z obszaru mediów interaktywnych, w tym portale internetowe i aplikacje. Tworzy programy rozwojowe dla firm i instytucji
- Członek Akademii Internetu Webstarfestival (2012–2014). Laureat nagród Innovations oraz Dobry Wzór za projekt Systemu Informacji Pasażerskiej dla AMS S.A.
- Prowadzi coaching indywidualny i zespołowy, projektuje oraz rozwija produkty cyfrowe, realizuje badania UX i AI, zarządza projektami IT oraz stosuje Design Thinking i badania ilościowe i jakościowe.

### **dr Marcin Radomski**

- Specjalizuje się w naukach o komunikacji, dziennikarstwie, historii filmu, nowych mediach i public relations. Analizuje relacje między kulturą, mediami a społecznym wymiarem przekazu.
- Prowadzi analizy komunikacji audiowizualnej, wizerunku medialnego oraz współczesnych modeli odbioru kultury. Łączy metodologię badań medioznawczych z praktyką dziennikarską.
- Autor książki „Inny świat? Kino autorskie Doroty Kędzierzawskiej” oraz tekstów krytycznych. Współpracował przy opracowaniach poświęconych nowym mediom i komunikacji kulturalnej.
- Dziennikarz, rzecznik prasowy i publicysta współpracujący z mediami ogólnopolskimi. Twórca projektu KINOrozmowa oraz prowadzący audycję w Polskim Radiu.

### **mgr Mateusz Blumenfeld**

- Interesuje się AI w marketingu i sprzedaży oraz analityką zachowań. Łączy strategię digital, projektowanie procesów i współpracę z dużymi markami nad modelami wzrostu i efektywności.
- Head of Sales w agencji digitalowej. Odpowiada za strategię wzrostu, presales i kluczowe RFP, prowadząc projekty dla globalnych marek oraz łącząc sprzedaż z doradztwem strategicznym.
- Odpowiadał za rekordowe kwartały sprzedaży, wygrane przetargi i strategię dla wiodących marek. Zbudował proces kwalifikacji leadów oraz wdrożył standardy presales.
- Ma doświadczenie w strategii sprzedaży, skalowaniu zespołów i projektach digital. Właściciel kliniki ME w Warszawie, mentor WSB Merito, ekspert CRM i automatyzacji.

### **mgr Marian Dachniewski**

- Jako dziennikarz z 40 letnim stażem zdobytym doświadczeniem w PR i TV i wykształceniem dziennikarsko-politologicznym zajmuje się przedmiotami z pogranicza komunikacji społecznej, etyki i dziennikarstwa.
- Ekspert w zakresie zjawisk politycznych i nauki dziennikarstwa. Łączy wiedzę akademicką z praktyką, prowadząc badania i zajęcia dydaktyczne poświęcone polityce oraz mediom.
- Prowadził pracę i studia doktoranckie nad historią radia oraz nowymi formami aktywności PR w latach 70. XX wieku, analizując m.in. znaczenie audycji na żywo jako narzędzia komunikacji społecznej.
- Posiada umiejętność analizy zjawisk społeczno-politycznych w kraju i za granicą oraz ich



komentowania, łącząc wiedzę teoretyczną z praktycznym spojrzeniem na procesy społeczne i polityczne.

## **mgr Paweł Zawadzki**

- Specjalizuje się w strategii kreatywnej, komunikacji marek oraz psychologii zachowań konsumentów w kampaniach digital i 360°.
- Posiada 15+ lat doświadczenia jako dyrektor kreatywny i producent, prowadząc projekty dla topowych marek e-commerce, finansowych i logistycznych w EMEA.
- Realizował ogólnopolskie produkcje TV i kreatywne kampanie międzynarodowe, zarządzając interdyscyplinarnymi zespołami i budując widoczność EMEA / CEE.
- Łączy umiejętności storytellingu, leadershipu, data-driven creativity oraz public speaking; wykładowca i twórca branżowych formatów edukacyjnych i podcastowych.