

Charakterystyka programu studiów dla kierunku Projektowanie graficzne studia drugiego stopnia

Spis treści

Podstawowe informacje o kierunku i programie studiów	3
Liczba godzin zajęć i punktów ECTS dla poszczególnych ścieżek kształcenia	3
Koncepcja i cele kształcenia.....	4
Sylwetka absolwenta	6
Zasady i forma odbywania praktyk zawodowych.....	8
Sposoby weryfikacji i oceny efektów uczenia się osiągniętych przez studenta w trakcie całego cyklu kształcenia	10
Katalog przedmiotów	10
Przedmioty ogólnouczelniane	10
Język obcy.....	10
Filozofia stosowana	12
Metodologia badań	12
Skuteczne zachowania na rynku pracy.....	12
Bezpieczeństwo i higiena warunków kształcenia	13
Przedmioty podstawowe	13
Współczesne nurty w kulturze i sztuce	13
Semiotyka	13
Psychospołeczne oddziaływanie mediów.....	14
Przedmioty kierunkowe.....	14
Merytoryka narracji sztuki.....	14
Historia projektowania graficznego.....	15
Media cyfrowe	15
Sztuczna inteligencja w projektowaniu graficznym.....	15
Pracownia projektowania liternictwa i typografii	16
Artystyczne działania kreatywne	16
Komunikowanie marketingowe.....	17
Komunikacja wizualna	17
Wizualne formy komunikacji marketingowej.....	17
Pracownia projektowa.....	18
Przygotowanie i prezentacja dorobku projektowego	18
Seminarium dyplomowe.....	18
Przedmioty kierunkowe do wyboru	19

Analiza i interpretacja kreacji wizualnej	19
Projektowanie na potrzeby kultury	19
Psychofizjologia widzenia	20
Fotoedycja i fotomontaż	20
Design thinking	20
Pracownia formy i koloru	21
Projektowanie na potrzeby social mediów	21
Animacja poklatkowa postaci	21
Specjalność: Cyfrowe formy projektowe i branding	22
Pracownia kreatywna	22
Internetowy marketing design	22
Identyfikacja wizualna	23
Projektowanie brandingowe	23
Projektowanie UX i UI	23
Projektowanie stron internetowych (ang)	24
Specjalność: Motion design i produkcja multimedialna	24
Podstawy scenopisarstwa	24
Dźwięk i muzyka	25
Produkcja filmu	25
Intermedia i reklama animacyjna	25
Pracownia dynamicznego obrazu	26
Animacja i projektowanie 3D (ang)	26
Specjalność: Komunikacja wizualna i projektowanie zaangażowane społecznie	26
Zaawansowane projektowanie komunikacji wizualnej	26
Pracownia narracji obrazem	27
Tworzenie publikacji cyfrowych	27
Zrównoważony rozwój w projektowaniu	27
Projektowanie kampanii społecznościowych (ang)	28
Pracownia plakatu społecznego	28
Załącznik do Katalogu przedmiotów - Matryca efektów uczenia się	29

Podstawowe informacje o kierunku i programie studiów

Nazwa jednostki prowadzącej kierunek	Kolegium Mediów i Komunikacji Społecznej
Nazwa kierunku studiów	Projektowanie graficzne
Poziom studiów	studia drugiego stopnia
Profil studiów	praktyczny
Forma studiów	niestacjonarne
Nazwa dyscypliny, do której został przyporządkowany kierunek	nauki o komunikacji społecznej i mediach - 60% (wiodąca) sztuki plastyczne i konserwacja dzieł sztuki - 40%
Rocznik	2025/2026
Liczba semestrów	4
Język studiów	polski
Tytuł zawodowy nadawany absolwentom	magister
Warunkiem ukończenia studiów i uzyskania dyplomu ukończenia studiów jest pozytywna ocena pracy dyplomowej oraz złożenie egzaminu dyplomowego	

Liczba godzin zajęć i punktów ECTS dla poszczególnych ścieżek kształcenia

Specjalność:

Cyfrowe formy projektowe i branding***Motion design i produkcja multimedialna******Komunikacja wizualna i projektowanie zaangażowane społecznie***

	niestacjonarne
Łączna liczba godzin zajęć	1202
Wymiar godzin zajęć z wychowania fizycznego	0
Wymiar godzin praktyki zawodowej	480
Liczba punktów ECTS:	
konieczna do ukończenia studiów	120
w ramach zajęć prowadzonych z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich lub innych osób prowadzących zajęcia	53 (44%)
którą student musi uzyskać w ramach zajęć z dziedziny nauk humanistycznych	7
za zajęcia kształtujące umiejętności praktyczne	65 (54%)
którą student uzyskuje w ramach zajęć do wyboru	74 (62%)

Koncepcja i cele kształcenia

Koncepcja kształcenia na kierunku *Projektowanie graficzne* jest opracowana w oparciu o misję i założenia strategii rozwoju Uczelni w zakresie:

1. kształcenia studentów na miarę potrzeb społeczeństwa informacyjnego i gospodarki wiedzy zdolnych do tworzenia nowych wartości intelektualnych, a w szczególności nowych rozwiązań prawno-administracyjnych, społecznych i kulturowych;
2. kształtowania u studentów predyspozycji potrzebnych do życia w społeczeństwie permanentnej transformacji, pozwalających utrzymywać przez cały okres życia zawodowego otwartość na zmiany, innowacyjność i mobilność intelektualną;
3. tworzenia warunków dla kształtowania się i upowszechniania postaw innowacyjnych i przedsiębiorczych;
4. prowadzenia działalności naukowo-badawczej i rozwój młodej kadry;
5. działania na rzecz awansu gospodarczego i cywilizacyjnego regionu.

Z misją Uczelni ściśle powiązana jest strategia, w której wskazano trzy kluczowe priorytety:

1. Prowadzenie procesu kształcenia zapewniającego wysokie kompetencje absolwentów.
2. Rozwój badań naukowych poprzez efektywne wykorzystanie potencjału społeczności akademickiej oraz infrastruktury naukowo-badawczej.
3. Rozwój współpracy z otoczeniem społeczno- gospodarczym.

Działania związane z kształceniem na kierunku *projektowanie graficzne* odnoszą się w szczególności do realizacji celu strategicznego Uczelni w zakresie kształtowania u studentów predyspozycji potrzebnych do życia w społeczeństwie permanentnej transformacji. Szerokie zastosowanie aktywnych metod dydaktycznych w planie i programie studiów czyni proces kształcenia bardziej praktycznym i zapewnia warunki rozwoju kompetencji i kreatywności studentów. Zasadniczą część zajęć dydaktycznych (zwłaszcza specjalnościowych) realizowana jest przez praktyków.

Kadra naukowo-dydaktyczna, która związana jest z kierunkiem *Projektowanie graficzne* zaangażowana jest we współpracę z agencjami multimedialnymi i innymi podmiotami gospodarczymi przy konsultacjach programu studiów, realizacji projektów oraz prac dyplomowych, co podnosi kwalifikacje kadry oraz stymuluje do działań innowacyjnych. Jest to również szansa dla studentów na obserwowanie prawdziwych warunków pracy (klient-agencja). Dzięki temu Uczelnia realizuje jeden z priorytetów strategicznych – rozwój współpracy z otoczeniem społeczno-gospodarczym.

Bardzo ważnym elementem nowoczesnego kształcenia jest prowadzenie badań naukowych. Zapewnienie zaangażowania kadry naukowo-dydaktycznej kierunku w badania naukowe, pozwala na właściwe wykorzystanie potencjału społeczności akademickiej (tak pracowników, jak i studentów) oraz infrastruktury naukowo-badawczej (m.in. specjalistycznych laboratoriów dedykowanych kierunkowi *Projektowanie graficzne* - Laboratorium Wirtualnej Rzeczywistości i Przetwarzania Obrazu, Laboratorium Obróbki i Montażu Wideo - Studio Telewizyjne, Studio Fotograficzne).

Koncepcja kształcenia na kierunku *projektowanie graficzne* w pełni uwzględnia zapotrzebowanie lokalnego rynku pracy na absolwentów studiów drugiego stopnia. Rynek usług graficznych, projektowych, a przede wszystkim rynek nowych mediów zmienia się dynamicznie i wykazuje tendencje wzrostowe. Na rynku pracy poszukiwani są głównie specjaliści z zakresu projektowania graficznego, w branży kreatywnej i multimedialnych. Osoby te, zarówno pracujące na własny rachunek, jak i w firmach, stoją przed wyzwaniem ciągłego wdrażania nowych technologii, sprostania rosnącej konkurencji i dostosowania się do nowych rynkowych potrzeb - dostarczenia profesjonalnej obsługi klienta i kompleksowej oferty, łączącej projektowanie z zarządzaniem produkcją, działaniami marketingowymi i PR-owymi. Korzystają więc z dedykowanych im rozwiązań IT oraz serwisów

crowdsourcingowych. Rynek usług graficznych i multimedialnych to jeden z tych obszarów, który zyskuje na rozwoju Internetu, nowych technologii i wzroście znaczenia komunikacji z zastosowaniem obrazu. Zapotrzebowanie na usługi graficzne wciąż rośnie. Duże zapotrzebowanie na usługi grafików mają firmy działające w obszarze social media, a także agencje marketingowe i PR realizujące kampanie komunikacyjne skierowane do reprezentantów młodego pokolenia. Rynek usług graficznych w Polsce, w tym na Podkarpaciu, rozwija się dynamicznie, głównym zleceniodawcą jest zaś sektor biznesowy. Z usług zewnętrznych dostawców aktywnie korzystają firmy realizujące kampanie konsumenckie czy wspierające swoją komunikację B2B. Coraz większą grupą odbiorców są również przedsiębiorstwa kierujące swoją komunikacją do pracowników oraz kandydatów do pracy w ramach tzw. Employer Brandingu.

Zapotrzebowaniu pracodawców odpowiadają przewidziane w programie studiów na kierunku *Projektowanie graficzne* specjalności: *Cyfrowe formy projektowe i branding, Motion design i produkcja multimedialna, Komunikacja wizualna i projektowanie zaangażowane społecznie*.

Analiza zgodności zakładanych efektów uczenia się z potrzebami rynku pracy przeprowadzana jest na podstawie:

1. Opinii pracodawców na temat koncepcji programu studiów. Na Uczelni funkcjonuje Konwent Pracodawców, którego zadaniem jest m.in. opiniowanie zgodności przyjętej strategii kształcenia z wymogami rynku pracy oraz pośredniczenie w nawiązywaniu kontaktów pomiędzy prodziekanami, a „radami programowymi” pracodawców (ciała opiniotwórcze składające się z 3-5 osób). Współpraca prodziekana z „radą programową” dotyczy corocznej oceny zawartości przygotowanego programu studiów, ze szczególnym uwzględnieniem poziomu dostosowania efektów uczenia się do potrzeb rynku pracy.
2. Raportów dotyczących potrzeb rynku pracy, do których zaliczamy:
 - raport wynikający z analizy ofert pracy zgłaszanych do uczelnianego Biura Karier pod kątem wymagań wobec kandydatów do pracy,
 - raport określający profil kandydatów do pracy na podstawie zawartości bazy Biura Karier przechowującej dane osób poszukujących pracy,
 - ogólnodostępne raporty dotyczące rynku pracy.

Studia drugiego stopnia na kierunku *Projektowanie graficzne* mają profil praktyczny, przejawiający się m.in. w nabyciu przez absolwentów umiejętności przydatnych do pracy w agencjach reklamowych i interaktywnych, agencjach public relations, agencjach fotograficznych, redakcjach nowych mediów i mediów tradycyjnych, jak również w działach marketingu, promocji i komunikacji wizualnej przedsiębiorstw, instytucji i organizacji.

Założenia powyższe są możliwe do osiągnięcia poprzez ścisłą współpracę z interesariuszami zewnętrznymi, którzy mają wpływ na program studiów, a w konsekwencji na kształtowanie pożądanej sylwetki absolwenta.

Ze względu na charakter kierunku *Projektowanie graficzne* interesariuszami zewnętrznymi są przede wszystkim przedstawiciele branży interaktywnej oraz środków masowego komunikowania. Współpraca ta obejmuje przede wszystkim:

- tworzenie i opiniowanie programu studiów,
- włączanie w proces dydaktyczny osób z doświadczeniem praktycznym,
- organizację praktyk zawodowych,
- pośrednictwo w zatrudnianiu absolwentów, poprzez dystrybucję wybranych ofert oraz współudział w organizowaniu spotkań z pracodawcami,
- realizowanie przez studentów prac dyplomowych służących rozwiązywaniu wskazanych przez interesariuszy problemów (tzw. projekty oraz prace zlecone).

Szczególna rola interesariuszy zewnętrznych dotyczy opiniowania istniejących i wskazywania nowych specjalności na kierunku oraz realizowania zajęć specjalnościowych.

Program studiów na kierunku *Projektowanie graficzne* uwzględnia informacje płynące nie tylko z raportów Ministerstwa Pracy i Polityki Społecznej, wojewódzkich urzędów pracy i niezależnych instytucji badawczych.

Wykorzystano także raporty dotyczące rynku pracy i zawodów przyszłości opracowywane cyklicznie przez Biuro Karier Wyższej Szkoły Informatyki i Zarządzania w Rzeszowie. Raporty te opierają się przede wszystkim na analizach makroekonomicznych podkarpackiego rynku pracy oraz analizie ofert pracy nadesłanych do Biura Karier od pracodawców.

Dodatkowym atutem kierunku jest fakt, że Kolegium Mediów i Komunikacji Społecznej WSliZ posiada uprawnienia do nadawania stopnia doktora w dyscyplinie nauki o mediach, co Absolwentom kierunku gwarantuje dostęp do wybitnej kadry i możliwość kontynuacji kształcenia na trzecim stopniu studiów.

Po ukończeniu studiów absolwent może znaleźć zatrudnienie w wielu instytucjach i organizacjach, także międzynarodowych, m.in. jako:

- grafik komputerowy (graphic designer),
- webdesigner,
- projektant systemów identyfikacji wizualnej,
- screen designer,
- grafik e-commerce,
- Projektant UX,
- Projektant UI,
- Grafik kreatywny,
- Ilustrator,
- montażysta dźwięku i obrazu,
- Character Designer,
- Motion Designer,
- Animator

Kształcenie na kierunku *Projektowanie graficzne* odbywa się w ramach dwóch dziedzin nauki – dziedziny nauk społecznych oraz dziedziny sztuki. Takie podejście gwarantuje absolwentom zdobycie wiedzy i umiejętności odnoszących się do interdyscyplinarnego charakteru profesji grafika komputerowego i specjalisty w sferze projektowania graficznego i grafiki kreatywnej. Ważnym elementem kształcenia na kierunku jest wyposażenie studentów w wiedzę i umiejętności z zakresu następujących dyscyplin naukowych: nauki o komunikacji społecznej i mediach, sztuki plastyczne i konserwacja dzieł sztuki. Dyscypliną wiodącą są nauki o komunikacji społecznej i mediach. Układ taki pozwala na kształcenie multidyscyplinarne, z jednej strony budując wrażliwość artystyczną i umiejętności projektanckie, z drugiej zaś umiejętności w zakresie copywritingu, agregowania i selekcjonowania danych, krytycznego podejścia do otaczającej rzeczywistości.

Sylwetka absolwenta

Absolwent kierunku *Projektowanie graficzne* w trakcie studiów zdobywa wiedzę, umiejętności i kompetencje w zakresie projektowania rozmaitych form graficznych, wizualnych zarówno dla mediów tradycyjnych, jak i nowych mediów. Jest on zdolny do realizowania projektów użytkowych, biznesowych, edukacyjnych czy też artystycznych. Dzięki połączeniu dwóch dyscyplin naukowych (do których odnoszą się efekty uczenia się), tj. nauki o komunikacji społecznej i mediach oraz sztuki plastyczne i konserwacja dzieł sztuki absolwent kierunku posiada szerokie możliwości kreacyjne, z zastosowaniem rozmaitych narzędzi. Pozwala to także na umiejscowienie go na różnych stanowiskach pracy (w tym wymagających umiejętności i kompetencji dziennikarskich), co z kolei przekłada się na dużą wartość absolwenta na rynku pracy.

W zakresie dyscypliny nauki o komunikacji społecznej i mediach absolwent zyskuje wiedzę z mediów cyfrowych, komunikowania marketingowego oraz semiotyki.

W zakresie dyscypliny sztuk plastycznych i konserwacji dzieł sztuki absolwent zyskuje wiedzę i umiejętności posługiwania się kolorem, typografii, projektowania graficznego, obsługi sprzętu komputerowego i profesjonalnego oprogramowania graficznego, fotografii, ilustracji, zastosowań DTP, projektowania stron www, projektowania marki, motion Designu, montownia dźwięku i obraz, tworzenia animacji.

Absolwent specjalności *Cyfrowe formy projektowe i branding*

Poza wymienionymi wyżej umiejętnościami i kompetencjami absolwent specjalności ***Cyfrowe formy projektowe i branding*** nabywa dodatkowo wiedzę i umiejętności z zakresu:

- Pracownia kreatywna
- Internetowy marketing design
- Identyfikacja wizualna
- Projektowanie brandingowe
- Projektowanie UX i UI
- Projektowanie stron internetowych (w j. angielskim)

Dzięki zdobytej wiedzy i umiejętnościom absolwent będzie gotowy do podjęcia zatrudnienia na stanowiskach:

- grafik komputerowy (graphic designer)
- webdesigner
- projektant systemów identyfikacji wizualnej
- screen designer
- grafik e-commerce
- Projektant UX
- Projektant UI.

Absolwent specjalności *Motion design i produkcja multimedialna*

Poza wymienionymi wyżej umiejętnościami i kompetencjami absolwent specjalności ***Motion design i produkcja multimedialna*** nabywa dodatkowo wiedzę i umiejętności z zakresu:

- Podstawy scenopisarstwa
- Dźwięk i muzyka
- Produkcja filmu
- Pracownia dynamicznego obrazu
- Intermedia i reklama animacyjna
- Animacja i projektowanie 3D (w j. angielskim)

Dzięki zdobytej wiedzy i umiejętnościom absolwent będzie gotowy do podjęcia zatrudnienia na stanowiskach:

- grafik komputerowy (graphic designer)
- montażysta dźwięku i obrazu
- Motion Designer
- Animator.

Absolwent specjalności *Komunikacja wizualna i projektowanie zaangażowane społecznie*

Poza wymienionymi wyżej umiejętnościami i kompetencjami absolwent ***Komunikacja wizualna i projektowanie zaangażowane społecznie*** nabywa dodatkowo wiedzę i umiejętności z zakresu:

- Zaawansowane projektowanie komunikacji wizualnej

- Pracownia narracji obrazem
- Tworzenie publikacji cyfrowych
- Zrównoważony rozwój w projektowaniu
- Projektowanie kampanii społecznościowych (w j. angielskim)
- Pracownia plakatu społecznego

Dzięki zdobytej wiedzy i umiejętnościom absolwent będzie gotowy do podjęcia zatrudnienia na stanowiskach:

- grafik komputerowy (graphic designer)
- projektant systemów identyfikacji wizualnej
- grafik e-commerce
- Grafik kreatywny
- screen designer
- Ilustrator.

Zasady i forma odbywania praktyk zawodowych

Studenci zobowiązani są do odbycia praktyki zawodowej zgodnie z wymaganiami i w wymiarze określonym w programie studiów dla danego kierunku, poziomu i profilu studiów. Zasady organizacji i realizacji praktyk zawodowych określa *Regulamin studenckich praktyk zawodowych* będący załącznikiem do Zarządzenia Rektora. Jednostką organizacyjną Uczelni wspierającą organizację praktyk zawodowych jest Biuro Praktyk Zawodowych, którym kieruje Uczelniany koordynator ds. praktyk zawodowych. Studenci kierowani są na praktykę zawodową przez koordynatora ds. praktyk zawodowych odpowiedzialnego za praktyki zawodowe na danym kierunku studiów, zwanego dalej „Koordynatorem” (osoba taka musi posiadać wykształcenie z zakresu danego kierunku studiów lub co najmniej 3-letnie doświadczenie w pracy jako nauczyciel akademicki na danym kierunku studiów). Studenci mają możliwość samodzielnego znalezienia miejsca realizacji praktyki zawodowej, mogą również skorzystać z bazy zakładów pracy współpracujących z Uczelnią, prowadzonej przez Biuro Praktyk Zawodowych i uczelniane Biuro Karier.

Student, który chce rozpocząć praktykę zawodową otrzymuje od Koordynatora lub pobiera z właściwej strony internetowej Arkusz praktyki zawodowej, który przekazuje do zakładu pracy wraz z programem (kartą) praktyki. Zakład pracy potwierdza czy charakterystyka, zakres działalności oraz wyposażenie stanowisk pracy umożliwią studentowi osiągnięcie założonych efektów uczenia się. Decyzję o możliwości odbywania praktyki w danym zakładzie pracy podejmuje Koordynator. Po akceptacji miejsca realizacji praktyki, Student inicjuje praktykę w uczelnianym systemie e-praktyki i od tej pory może (pod nadzorem Koordynatora i Opiekuna zakładowego praktyki) uzupełniać elektroniczny Dziennik praktyki.

Praktyka zawodowa odbywa się w trakcie przerwy wakacyjnej lub w trakcie roku akademickiego, pod warunkiem, iż nie uniemożliwia to studentowi udziału w zajęciach dydaktycznych. W trakcie praktyk zawodowych Koordynator przeprowadza hospitacje w zakładach pracy w celu weryfikacji prawidłowego przebiegu praktyk zawodowych. Obecność studenta na praktyce jest obowiązkowa. Dopuszcza się nie więcej niż 5 dni usprawiedliwionej nieobecności studenta w trakcie danej części praktyki zawodowej. Praktyka może zostać przedłużona o czas trwania usprawiedliwionej nieobecności. Nieobecność na praktyce usprawiedliwia Koordynator.

Zaliczenia praktyki dokonuje Koordynator na podstawie Dziennika praktyk, portfolio, przeprowadzonych hospitacji oraz oceny stopnia zrealizowania przez studenta efektów uczenia się dokonanej przez Opiekuna zakładowego praktyki.

Na kierunku *Projektowanie graficzne* studenci mogą realizować praktyki zawodowe m.in. w: firmach, instytucjach, redakcjach medialnych, agencjach interaktywnych, agencjach reklamowych, kreatywnych, PR, działach marketingu, promocji, komunikacji wizerunkowej.

Na kierunku *Projektowanie graficzne* praktyka zawodowa realizowana jest w liczbie 480h (łącznie 16 ECTS). Praktyka zawodowa podzielona jest na dwa etapy (rozliczane kolejno na pierwszym i drugim roku studiów). Odpowiednio jest to – dla pierwszego roku 240h (8ECTS), dla drugiego roku 240h (8ECTS). Taki układ praktyk

zapewnia zrealizowanie efektów uczenia się odpowiednich dla kierunku, a jednocześnie pozwala na specjalizację, zwiększanie odpowiedzialności w ramach praktyki. Celem praktyki zawodowej jest zbudowanie świadomości pracy u studenta, zapoznanie go z sytuacją rynkową, współpracą z klientem, realizacją projektów graficznych, a także doskonalenie i praktyczne zastosowanie zdobytej wiedzy.

Kierunkowe efekty uczenia się, które powiązane są z praktykami zawodowymi, to:

Praktyka zawodowa cz. 1 (1,5 miesiąca)

Lp.	Opis przedmiotowych efektów uczenia się	Odniesienie do efektów uczenia się dla kierunku
Po zaliczeniu przedmiotu student w zakresie UMIEJĘTNOŚCI		
P_U01	posiada pogłębione umiejętności pozwalające na samodzielne podejmowanie decyzji dotyczących projektowania i realizacji prac artystycznych w tym potrafi formułować i testować hipotezy związane z prostymi problemami wdrożeniowymi	K_U08
P_U02	na zaawansowanym poziomie potrafi twórczo formułować przekaz artystyczny lub projektowy w obszarze działań kreatywnych realizacji artystycznej, artystyczno-informacyjnej i użytkowej	K_U10
P_U03	korzysta z zaawansowanych umiejętności warsztatowych w stopniu niezbędnym do realizacji własnych projektów graficznych oraz potrafi stosować efektywne techniki ćwiczenia tych umiejętności, umożliwiające ciągły ich rozwój przez samodzielną pracę	K_U14

Praktyka zawodowa cz.2 (1,5 miesiąca)

Lp.	Opis przedmiotowych efektów uczenia się	Odniesienie do efektów uczenia się dla kierunku
Po zaliczeniu przedmiotu student w zakresie UMIEJĘTNOŚCI		
P_U01	potrafi w zaawansowanym stopniu obsługiwać i przystosowywać narzędzia i metody związane ze specyfiką kierunku	K_U12
Po zaliczeniu przedmiotu student w zakresie KOMPETENCJI SPOŁECZNYCH potrafi		
P_K01	potrafi krytycznie ocenić stan posiadanej wiedzy oraz odbierane treści, a także rozumie znaczenie wiedzy w rozwiązywaniu problemów poznawczych i praktycznych oraz potrzebę odwoływania się do wiedzy eksperckiej	K_K01
P_K02	prawidłowo identyfikuje i samodzielnie rozstrzyga dylematy związane z wykonywaniem zawodu, przestrzega zasad etyki zawodowej i wymaga tego od innych, dba o dorobek i etos zawodowy	K_K04

Sposoby weryfikacji i oceny efektów uczenia się osiągniętych przez studenta w trakcie całego cyklu kształcenia

Na system sprawdzania i oceny stopnia osiągnięcia przez studenta efektów uczenia składają się:

- bieżąca weryfikacja i ocena osiąganych przez studenta efektów uczenia się podczas zaliczeń i egzaminów z poszczególnych przedmiotów realizowanych w ramach semestru,
- bieżąca weryfikacja i ocena osiąganych przez studenta efektów uczenia się podczas realizacji praktyk zawodowych,
- końcowa weryfikacja i oceny osiąganych przez studenta efektów uczenia się podczas egzaminu dyplomowego.

Kluczowymi elementami systemu weryfikacji i oceny efektów uczenia się są karty przedmiotów oraz zawarty w nich system weryfikacji stopnia osiągnięcia efektów uczenia się. Karty przedmiotów określają m.in. charakter efektów przewidzianych do osiągnięcia, metody weryfikacji osiągnięcia tych efektów oraz kryteria pozwalające określić, na jakim poziomie efekty te zostały osiągnięte. System weryfikacji natomiast zabezpiecza warunki niezbędne dla obiektywnej i prawidłowej oceny stopnia osiągnięcia założonych efektów uczenia się za pomocą metod weryfikacji określonych w karcie przedmiotu.

Zasady oceny pracy studentów określone są w regulaminie studiów. Wszystkie formy zajęć w ramach przedmiotów przewidzianych planem studiów podlegają ocenie. Warunkiem otrzymania oceny pozytywnej z danej formy zajęć jest osiągnięcie przez studenta wszystkich efektów uczenia się określonych dla tej formy zajęć.

Osoby prowadzące zajęcia zobowiązane są do przechowywania prac etapowych studentów przez okres sześciu miesięcy od zakończenia danego semestru. Student ma prawo wglądu do swojej pracy egzaminacyjnej/zaliczeniowej, połączonego z uzyskaniem uzasadnienia otrzymanej oceny, w terminie jednego miesiąca od ogłoszenia wyników egzaminu/zaliczenia. Student, który otrzymał z zaliczenia/egzaminu ocenę niedostateczną i nie zgadza się z otrzymaną oceną, może złożyć wniosek o dopuszczenie do egzaminu komisyjnego. Zasady przeprowadzania egzaminów i zaliczeń, mające zapobiegać zachowaniem nieetycznym i niezgodnym z prawem są określone w zarządzeniu rektora. Kontroli warunków i przebiegu egzaminów/zaliczeń dokonują dziekani i prodziekani. W przypadku stwierdzenia nieprawidłowości w sposobie przeprowadzania egzaminu/zaliczenia egzamin/zaliczenie może zostać anulowany, a nowy termin egzaminu/zaliczenia oraz egzaminatora wyznacza dziekan.

Katalog przedmiotów

Niniejszy rozdział zawiera informacje o przedmiotach zawartych w planie studiów dla kierunku Projektowanie graficzne studia drugiego stopnia, wraz z przypisaniem do nich efektów uczenia się (vide załącznik Matryca efektów uczenia się) i treści programowych zapewniających uzyskanie tych efektów, co zgodnie ze stanowiskiem interpretacyjnym nr 10/2022 Prezydium Polskiej Komisji Akredytacyjnej z dnia 9.06.2022 r., wypełnia obowiązek określony w § 3 ust. 1 pkt 3 rozporządzenia Ministra Nauki i Szkolnictwa Wyższego z dnia 27 września 2018 r. w sprawie studiów, tj. „W programie studiów określa się (...) zajęcia lub grupy zajęć, niezależnie od formy ich prowadzenia, wraz z przypisaniem do nich efektów uczenia się i treści programowych zapewniających uzyskanie tych efektów”.

Przedmioty ogólnouczeniiane

Język obcy

Część 1 przedmiotu

Wymagania wstępne (wynikające z następstwa przedmiotów):

- Poziom języka – B1+ wg Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego

Treści kształcenia:

- Rozwijanie zasobów słownictwa zgodnie z podręcznikiem obowiązującym na danym poziomie, z uwzględnieniem słownictwa z zakresu dziedzin nauki i dyscyplin naukowych właściwych dla studiowanego kierunku i zagadnień z zakresu przyszłej pracy zawodowej. Zakres słownictwa opcjonalnie obejmuje np.: komputer-jednostka systemowa, urządzenia peryferyjne wejściowe, urządzenia peryferyjne wyjściowe, urządzenia pamięciowe, urządzenia dla niepełnosprawnych, oprogramowanie, system operacyjny, edytory tekstu, arkusze kalkulacyjne, bazy danych, programowanie, grafika i projektowanie, tworzenie stron internetowych, ergonomia pracy z komputerem, zagadnienia z zakresu BHP..
- Struktury gramatyczne zgodne z podręcznikiem obowiązującym na danym poziomie. Struktury i czasy gramatyczne dostosowane do poziomu oraz potrzeb studentów np.: części mowy, czasy, strona bierna, przedimek, wyrażenia przyimkowe, kolokacje, stopniowanie przymiotnika, formy gerundialne / bezokolicznikowe, elementy spójności tekstu, spójniki zdaniowe, rzeczowniki złożone.
- Ćwiczenie rozumienia tekstu pisanego zgodnie z podręcznikiem obowiązującym na danym poziomie, z uwzględnieniem tematyki z zakresu dziedzin nauki i dyscyplin naukowych właściwych dla studiowanego kierunku np.: uzupełnianie i opis grafów, tabel, diagramów na podstawie tekstów, tworzenie listy punktów.
- Ćwiczenie rozumienia tekstu ze słuchu zgodnie z podręcznikiem obowiązującym na danym poziomie np.: tworzenie opisów, tabel, wykresów, listy punktów na podstawie wysłuchanych nagrań (tekstów).
- Rozwijanie umiejętności przygotowania wypowiedzi ustnych (np. prezentacji) zgodnie z podręcznikiem obowiązującym na danym poziomie, z uwzględnieniem tematyki z zakresu dziedzin nauki i dyscyplin naukowych właściwych dla studiowanego kierunku i zagadnień z zakresu przyszłej pracy zawodowej np.: prezentacja sprzętu, programów, omawianie wykresów, doradztwo w zakresie IT.
- Rozwijanie umiejętności przygotowania wypowiedzi pisemnych zgodnie z podręcznikiem obowiązującym na danym poziomie, z uwzględnieniem tematyki z zakresu dziedzin nauki i dyscyplin naukowych właściwych dla studiowanego kierunku i zagadnień z zakresu przyszłej pracy zawodowej np.: e-mail, lista punktów.
- Słownictwo abstrakcyjne, problemowe.
- Studium przypadku, webquesty, wybrane typy sytuacji komunikacyjnych.
- Treści gramatyczne zgodnie poziomem treści kształcenia w ramach laboratorium.

Część 2 przedmiotu

Wymagania wstępne (wynikające z następstwa przedmiotów):

Poziom języka – B2 wg Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego

Treści kształcenia:

- Rozwijanie zasobów słownictwa zgodnie z podręcznikiem obowiązującym na danym poziomie, z uwzględnieniem słownictwa z zakresu dziedzin nauki i dyscyplin naukowych właściwych dla studiowanego kierunku i zagadnień z zakresu przyszłej pracy zawodowej. Zakres słownictwa opcjonalnie obejmuje np.: systemy teleinformatyczne, Internet, czat i wideo konferencje, bezpieczeństwo w Internecie, handel elektroniczny, bankowość internetowa, nowoczesne trendy w technologii informatycznej
- Struktury gramatyczne zgodne z podręcznikiem obowiązującym na danym poziomie. Struktury i czasy gramatyczne dostosowane do poziomu oraz potrzeb studentów np.: mowa zależna, strona bierna, przymiotniki złożone, zwroty porównawcze, słowotwórstwo: przyrostki, rzeczowniki i zwroty rzeczownikowe, zdania warunkowe, zdania względne, zdania okolicznikowe przyczyny i skutku.
- Ćwiczenie rozumienia tekstu pisanego zgodnie z podręcznikiem obowiązującym na danym poziomie, z uwzględnieniem tematyki z zakresu dziedzin nauki i dyscyplin naukowych właściwych dla studiowanego kierunku np.: analiza i interpretacja danych technicznych zawartych w tekstach.
- Ćwiczenie rozumienia tekstu ze słuchu zgodnie z podręcznikiem obowiązującym na danym poziomie np.: analiza i interpretacja danych technicznych zawartych w wysłuchanych nagraniach (tekstach)
- Rozwijanie umiejętności przygotowania wypowiedzi ustnych (np. prezentacji) zgodnie z podręcznikiem obowiązującym na danym poziomie, z uwzględnieniem tematyki z zakresu dziedzin nauki i dyscyplin naukowych właściwych dla studiowanego kierunku i zagadnień z zakresu przyszłej pracy zawodowej np.: przedstawianie specyfikacji technicznej, rekomendacja towarów i usług IT, prowadzenie wideokonferencji.
- L6 Rozwijanie umiejętności przygotowania wypowiedzi pisemnych zgodnie z podręcznikiem obowiązującym na danym poziomie, z uwzględnieniem tematyki z zakresu dziedzin nauki i dyscyplin naukowych właściwych dla studiowanego kierunku i zagadnień z zakresu przyszłej pracy zawodowej np.: opisywanie procesów technicznych, technologicznych. Tworzenie oferty handlowej i reklamy.

- Słownictwo abstrakcyjne, problemowe.
- Studium przypadku, webquesty, wybrane typy sytuacji komunikacyjnych.
- Treści gramatyczne zgodnie poziomem treści kształcenia w ramach laboratorium.

Filozofia stosowana

Wymagania wstępne (wynikające z następstwa przedmiotów):

- brak

Treści kształcenia:

- Wprowadzenie do problematyki filozofii stosowanej i bioetyki z perspektywy feministycznej
- Analiza wybranych problemów bioetycznych na przykładzie podejścia tradycyjnego (etyk normatywnych) i etyki feministycznej
- Problemy moralne początków życia: leczenie niepłodności (in vitro) i aborcja
- Problemy moralne końca życia: eutanazja
- Transhumanizm: ulepszanie kondycji ludzkiej i przedłużanie życia
- Sztuczne życie i sztuczna inteligencja

Metodologia badań

Wymagania wstępne (wynikające z następstwa przedmiotów):

- brak

Treści kształcenia:

- Etapy procesu badawczego i elementy projektowania badań
- Badania jakościowe w naukach społecznych, medioznawczych – wywiady (IDI, FGI, biograficzne, itd.), obserwacja, techniki doboru próby w badaniach jakościowych
- Badania ilościowe w naukach społecznych, medioznawczych – badania sondażowe, eksperymenty, analiza zawartości, techniki doboru próby w badaniach jakościowych
- Badania wizualne – metody, techniki, zastosowania
- Problemy etyczne w badaniach społecznych: standardy etyczne w badaniach społecznych, stosowanie i publikowanie wyników badań
- Formułowanie problemu badawczego, określanie celu badań
- Stawianie pytań i hipotez badawczych
- Dobór metod i technik badawczych
- Konstruowanie narzędzia badawczego
- Pilotaż badania. Zbieranie materiału empirycznego
- Interpretacja wyników badania
- Pisanie raportu badawczego
- Prezentacja wyników badania

Skuteczne zachowania na rynku pracy

Wymagania wstępne (wynikające z następstwa przedmiotów):

- brak

Treści kształcenia:

- „Teoria” rynku pracy
- Identyfikacja słabych i mocnych stron. Bilans kompetencji
- Dokumenty aplikacyjne
- Rozmowa kwalifikacyjna
- „Praktyka” rynku pracy

Bezpieczeństwo i higiena warunków kształcenia

Wymagania wstępne (wynikające z następstwa przedmiotów):

- brak

Treści kształcenia:

- Niektóre regulacje prawne z zakresu ochrony pracy, w tym dotyczące praw i obowiązków studentów i pracowników uczelni
- Postulaty ergonomii w organizowaniu bezpiecznego stanowiska nauki z komputerem i innymi maszynami. Psychologiczne wskazówki jak się uczyć i organizować pracę (prawo Pareto w uczeniu się, efekt początku i końca, przerwy w nauce, krzywa zapominania, rola powtarzania, dobowy rytm intelektualny, warunki efektywnej pracy umysłowej, przełamywanie blokad pamięciowych). Stosowanie skutecznych technik pracy umysłowej (na przykładzie mnemotechnik). Szanse i zagrożenia edukacji zdalnej.
- Zagrożenia czynnikami niebezpiecznymi, szkodliwymi i uciążliwymi dla zdrowia, występującymi w procesach pracy i nauki oraz metody ochrony przed nimi. Istota i rodzaje zagrożeń w obszarze cyberbezpieczeństwa i zdrowia psychicznego (model dobrostanu psychicznego człowieka).
- Zasady postępowania w razie wypadków i w sytuacjach zagrożeń (pożaru, awarii, itp.), w tym zasady udzielania pomocy przedlekarskiej w razie wypadku.

Przedmioty podstawowe

Współczesne nurty w kulturze i sztuce

Wymagania wstępne (wynikające z następstwa przedmiotów):

- brak

Treści kształcenia:

- Problemy pojęć "kultury" i „sztuki” – punkty styczne, różnice. Paradoksy kalendarza i historii, czyli kiedy naprawdę zaczął się XX wiek? Nowe kierunki i formy sztuki XX wieku
- Przedstawienie najważniejszych trendów XX i XXI wieku w sztuce i kulturze. Obraz, czyli informacja
- Rewolucja lat 60. i jej konsekwencje dla przemian kulturowych, społecznych, politycznych i obyczajowych w Europie i Stanach Zjednoczonych
- Źródła i pojęcia kultury masowej i elitarnej, popularnej i niszowej. Kultura jako masowa konsumpcja. Kultura konwergencji. Przejawy tych zjawisk w sztuce
- Kultura i sztuka współczesna, dziedzictwo kulturowe
- Fotografia i obraz jako narzędzia komunikacji XXI wieku
- Meandry współczesnej kultury klasycznej
- Kontrkultura w sztuce
- Kultury alternatywne. Przestrzeń miejska w sztuce współczesnej, kultura ulicy w miastach
- Pochwała amatorszczyzny
- Fotografia i obraz – media społecznościowe - internet

Semiotyka

Wymagania wstępne (wynikające z następstwa przedmiotów):

- brak

Treści kształcenia:

- Ogólna teoria znaku. Zakres zainteresowań semiotyki
- Znak, modele znaku. Istota znaku językowego
- Tworzenie znaczenia. Typologia znaków
- Kody, rodzaje kodów. Język
- Wprowadzenie do semiotyki kultury. Semiotyczna interpretacja przekazów (tekstów) kultury. Semiotyczne mechanizmy kultury
- Mit w kulturze. Koncepcja trzeciego sensu Barthesa

- Egzamin
- Komunikat i modele komunikacji. Akty mowy i procesy komunikacji
- Język a rzeczywistość
- Użytkownicy sieci jako odbiorcy znaków. Redagowanie, opracowanie i odczytywanie utworów cyfrowych. Status znaku w mediach cyfrowych
- Język jako narzędzie przemocy
- Pismo/obraz w komunikacji cyfrowej
- Symbolika w twórczości artystycznej
- Omówienie zasad przygotowania zaliczenia pisemnego w postaci eseju, konsumującego zdobytą wiedzę teoretyczną i umiejętności praktyczne związane z krytyczną analizą tekstów kultury

Psychospołeczne oddziaływanie mediów

Wymagania wstępne (wynikające z następstwa przedmiotów):

- Media cyfrowe, komunikowanie marketingowe, współczesne nurty w kulturze i sztuce

Treści kształcenia:

- Istota oddziaływania mediów masowych, rola, cele i funkcje mediów masowych. Rozwój badań nad oddziaływaniem mediów masowych
- Wpływ mass mediów na życie społeczne, tożsamość człowieka. Stereotypy i uprzedzenia a media masowe
- Przemoc w mediach: zagrożenia płynące z kontaktu z mediami masowymi, teorie stymulacji i redukcji agresywności, przemoc ekranowa i naśladownictwo zachowań agresywnych, przemoc w mediach i jej wpływ na dzieci, pornografia w mediach - wpływ na odbiorcę
- Manipulacyjna funkcja mediów: mechanizmy manipulacji medialnej, manipulacja a dziennikarstwo, media masowe a polityka, media masowe a propaganda, manipulacja obrazem
- Internet i nowe media - ich wpływ na globalne społeczeństwo: cywilizacyjne znaczenie Internetu, anonimowość internetowa, psychologiczne aspekty użytkowania Internetu, tożsamość osobowa i tożsamość społeczna w Internecie, gry komputerowe i ich wpływ na graczy, „społeczeństwo obrazkowe”
- Odbiorcy mediów: audytorium i publiczność, koncepcja poznania społecznego w kontekście odbioru mediów, schematy i heurystyki wydawania sądów w relacjach medialnych, odbiór przekazów medialnych
- Mitologizacja oddziaływania mediów masowych: schematy w postrzeganiu siły mediów, media a polityka – wzajemne relacje, zasadność oddziaływania mediów publicznych
- Teorie krótko- i długoterminowego oddziaływania mediów: teoria użyteczności i satysfakcji, agenda setting, luka w zasobach informacji i wiedzy, socjalizacyjne i demoralizacyjne możliwości oddziaływania mediów, teorie: stereotypów, akumulacji minimalnych efektów medialnych, społecznego uczenia się agresji, redukcji agresywności, stymulowania agresji
- Media a manipulacja: spirala milczenia - formowanie klimatu opinii publicznej, media a opinia publiczna, sondaże a opinia publiczna i media, media a propaganda
- Media a macdonaldyzacja i amerykanizacja społeczeństwa: koncepcja macdonaldyzacji G. Ritzera, mainstream medialny, współczesne trendy w kinematografii
- Kulturowe oddziaływanie mediów: kultura masowa, kultura popularna, kulturotwórcza i kulturodestrukcyjna rola mediów

Przedmioty kierunkowe

Merytoryka narracji sztuki

Wymagania wstępne (wynikające z następstwa przedmiotów):

- Historia projektowania graficznego, Komunikacja wizualna

Treści kształcenia:

- Człowiek i sztuka, zmiana roli człowieka w sztuce na przestrzeni dziejów

- O narracji w dziele artystycznym
- Narracja w sztuce kiedyś
- Narracja w sztuce dziś
- Analiza narracji w wybranych dziełach
- Prezentacja na temat narracji w wybranym dziele
- Metafora graficzna w kontekście historii sztuki
- Sztuka popularna i masowa jako forma komunikacji
- Współcześni artyści i narracja ich dzieł
- studenci podzieleni na 2-3 osobowe grupy zaprojektują oraz przedstawią prezentacje na wybrany temat związany ze sztukami wizualnymi ustalony z prowadzącym

Historia projektowania graficznego

Wymagania wstępne (wynikające z następstwa przedmiotów):

- brak

Treści kształcenia:

- Historia – co zmieniło projektowanie graficzne przez ostatnie sto lat. Jakie wynalazki, trendy, pomysły kształtowały projektowanie graficzne
- Techniki projektowania graficznego, wybitni twórcy grafiki warsztatowej i cyfrowej
- Czym jest projektowanie typograficzne i jego wpływ na kulturę XX wieku
- Projektowanie graficzne jako element komunikacji i informacji w czasach analogowych i cyfrowych
- Interaktywność w projektowaniu graficznym w obecnych czasach epoki cyfrowej.
- Myślenie abstrakcyjne w projektowaniu graficznym.
- Techniki collagu i fotomontażu w projektowaniu graficznym.

Media cyfrowe

Wymagania wstępne (wynikające z następstwa przedmiotów):

- brak

Treści kształcenia:

- Internet – historia, struktura, geografia. Cyberprzestrzeń i świat wirtualny
- Społeczeństwo informacyjne a konwergencja, cyfryzacja, mediatyzacja, mobilność
- Książka i prasa w świecie cyfrowym
- Radio i telewizja w świecie cyfrowym
- Media społecznościowe – nowa forma komunikacji
- Metody badania Internetu
- Infobrokering – skuteczne wyszukiwanie informacji. Informacja publiczna i rodzaje źródeł informacji
- Fake news – rodzaje i sposoby weryfikacji
- Narzędzia przygotowania contentu do prezentacji w mediach społecznościowych – 1
- Narzędzia przygotowania contentu do prezentacji w mediach społecznościowych – 2
- Social media jako narzędzie marketingu i PR. Komunikacja kryzysowa w Social Media

Sztuczna inteligencja w projektowaniu graficznym

Wymagania wstępne (wynikające z następstwa przedmiotów):

- brak

Treści kształcenia:

- ograniczenia prawne w wykorzystaniu generatywnej sztucznej inteligencji,
- ochrona projektów stworzonych z wykorzystaniem sztucznej inteligencji
- GenAI w grafice i projektowaniu graficznym. Przegląd algorytmów i oprogramowania, omówienie przykładów, dyskusja,
- Ćwiczenia laboratoryjne. Wprowadzenie do pracy metodami text-to-image oraz image-to-image.

- Realizacja kreatywnego projektu graficznego na jeden z trzech podanych briefów z wykorzystaniem i modyfikacją możliwości generatywnej sztucznej inteligencji. Dokumentacja procesu, prezentacja efektów i dyskusja

Pracownia projektowania liternictwa i typografii

Wymagania wstępne (wynikające z następstwa przedmiotów):

- brak

Treści kształcenia:

- Zajęcia wprowadzające, omówienie tematów i zadań realizowanych w ramach laboratoriów, grupowe omówienie ogólnych koncepcji i zagadnień
- Teorie związane z typografią, prawidłowe nazewnictwo, różnice pomiędzy liternictwem i typografią (i takimiż projektami), formą i treścią, projektowaniem artystycznym i praktyczno-komercyjno-użytkowym, umiejętność wskazania, identyfikacji i wykorzystania grafemu
- Podstawowe oprogramowanie użyteczne z punktu widzenia projektowania literniczego i typograficznego, wraz z konstruowaniem i projektowaniem, a także przerabianiem (ramach dozwolonego zakresu praw autorskich) fontów i krojów pisma, a także znaków i ciągów literniczych oraz typograficznych. Podstawowe narzędzia wskazujące i peryferyjne ułatwiające proces projektowania literniczego i typograficznego
- Treść w budowaniu kompozycji – Student ma zaprojektować miniaturową publikację w wymiarze kwadratowym. Publikacja ma mieć 10 stron + okładka
- Treść jest wszystkim – wykorzystanie hasła/tekstu o charakterze coachingowym do zakomponowania go w formie komercyjnie użytecznej pod postacią wielkoformatowej tapety typograficznej (bez powtarzalności) do wyklejenia jej na ścianie nowoczesnego wnętrza, z użyciem pozaliternicznych, dodatkowych i całkowicie dowolnych własnych elementów graficznych lub zdjęć stockowych. Komercyjna grupa odbiorcza projektu to „młodzi ludzie sukcesu” w wieku 28-36 lat. Prezentacja zadania z wykorzystaniem asetów wnętrza
- Polski koloryzm – dominanta kolorystyk nadawanej znakom i/lub ciągom znaków literniczych ma za zadanie wykazać koncentrację na poszczególnych znakach literniczych, przy użyciu różnorodnych krojów pisma i zdecydować o tym, że jeden konkretny znak (bez wykorzystania kolorów kontrastowych pozostających na przeciwnym krańcu koła barwnego) będzie głównym tematem artystycznego projektu. Projekt ma przyjąć formę okładki do książki dla dzieci, które będą odbiorcą tego projektu. Zadanie ma zostać zrealizowane w dwóch różnych wersjach kolorystycznych w oparciu o samodzielnie zdefiniowane palety kolorów
- Projekt logo typograficznego. Wraz z logo powinna powstać skrócona księga znaku zawierająca minimum 6 elementów. Zadanie składać się będzie z kilku etapów, pierwszy etap to szkice koncepcyjne, drugi etap to opracowanie projektu w programie graficznym bazując na siatkach modułowych. Ostatni etap to opracowanie kolorystyki logo oraz elementów identyfikacji wizualnej zawartej w księdze znaku
- Projekt własnoręcznie zaprojektowanego kroju pisma, utworzonego na podstawie własnego pisma odręcznego. Szczegółowy opis cech charakterystycznych kroju pisma i jego typologii. Wybór oprogramowania umożliwiającego wygenerowanie fontu i jego stworzenie pod postacią pliku. Pracę należy przygotować stosując się do zasad panujących w projektowaniu graficznym, obecnych trendów w projektowaniu oraz do wymagań prowadzącego

Artystyczne działania kreatywne

Wymagania wstępne (wynikające z następstwa przedmiotów):

- brak

Treści kształcenia:

- Tworzenie rysunku/grafiki/obrazu na podstawie słyszanej muzyki
- Tworzenie za pomocą środków wyrazu plastycznych dowolnie wybrany stan emocjonalny np. gniew, radość, smutek, wyciszenie itp.
- Collage graficzny z wykorzystaniem portretu; wykorzystanie dowolnego portretu lub autoportretu jako bazy do stworzenia nowej pracy.
- Praca plastyczna wykreowana na podstawie wybranego kształtu.
- Autorski asamblaż, który będzie podstawą do stworzenia pracy graficznej, plakatu, ilustracji itp.

Komunikowanie marketingowe

Wymagania wstępne (wynikające z następstwa przedmiotów):

- brak

Treści kształcenia:

- Promocja a komunikowanie marketingowe – miejsce komunikacji marketingowej w systemie zarządzania marketingowego
- Istota i ewolucja komunikowania marketingowego od marketingu 1.0 do marketingu 5.0
- Strategiczny, systemowy, jakościowy, kulturowy i globalny charakter komunikowania marketingowego
- Tradycyjne narzędzia komunikacji marketingowej – Promotion-mix
- Pozostałe instrumenty ZKM: - sponsoring, - corporate identity, - wystawiennictwo, - marketing bezpośredni, - opakowania, - merchandising, - Internet i e-marketing, - customer service, - word of mouth
- Media w komunikowaniu marketingowym – dobór mediów – planowanie mediów – integrowanie mediów - badanie efektywności komunikowania
- Cele komunikowania marketingowego
- Targetowanie komunikowania marketingowego
- Planowanie narzędziowe komunikowania marketingowego
- Pomiar efektywności komunikowania marketingowego
- Analiza studiów przypadku

Komunikacja wizualna

Wymagania wstępne (wynikające z następstwa przedmiotów):

- brak

Treści kształcenia:

- Wprowadzenie do komunikacji wizualnej. Pojęcie komunikacji wizualnej
- Elementy składające się na komunikację wizualną, analiza poszczególnych części (kolor, typografia, kompozycja, symbolika itp.)
- Komunikacja wizualna a nowe media
- Komunikacja wizualna, a wizerunek marki
- Reklama jako narzędzie komunikowania wizualnego
- Portret lub autoportret–kreacja awatara oddającego indywidualne cechy danej osoby
- Plakat jako środek komunikatu w współczesnym świecie w przestrzeni publicznej
- Reklama jako forma komunikacji wizualnej – projekt dowolnej reklamy
- Piktogram jak środek komunikatu za pomocą obrazu
- Projekt opakowania produktów dla dzieci

Wizualne formy komunikacji marketingowej

Wymagania wstępne (wynikające z następstwa przedmiotów):

- „Komunikowanie marketingowe” – podstawowa wiedza z zakresu teorii i praktyki komunikowania marketingowego

Treści kształcenia:

- Wizualne i niewizualne techniki reklamy
- Oddziaływanie przekazów wizualnych na decyzje konsumentów
- Elementy składowe komunikacji wizualnej w reklamie
- Komunikacja wizualna w innych narzędziach komunikowania marketingowego – opakowanie i merchandising; sponsoring, public relations, digital marketing
- Metody analizy i oceny komunikatów wizualnych w komunikacji marketingowej
- Zadanie projektowe #1: Dobór, analiza i ocena realnych przykładów skutecznego i nieskutecznego komunikowania wizualnego w marketingu. Opracowanie i rozwiązywanie case study

- Zadanie projektowe #2: Dobór, analiza i ocena realnych przykładów skutecznego i nieskutecznego komunikowania wizualnego w marketingu. Analiza komparatywna

Pracownia projektowa

Wymagania wstępne (wynikające z następstwa przedmiotów):

- Pracownia projektowania liternictwa i typografii, Komunikacja wizualna, Artystyczne działania kreatywne

Treści kształcenia:

- Dyskusja na temat prawa autorskiego, rozmowa ze studentami, podanie różnych przekładów oraz ich analiza
- Dowolna grafika zaprojektowana przez studenta w dowolnej formie. Zadanie ma na celu nauczyć kreować własne projekty graficzne w dowolnej formie nie narzuconej przez nikogo. Ostateczny kształt oraz ilość elementów będzie ustalona wraz z prowadzącym. Projekt powinien być rozbudowany i przemyślany. Dodatkowo student przygotuje krótki raport z research-u w celu sprawdzenia czy pomysł lub praca, którą stworzy jest niepowtarzalna. Ma to nauczyć studenta sprawdzania wszelkich pomysłów, aby nie naruszać praw autorskich innych twórców
- Projekt mini portfolio, składającego się z ok. 8 stron+ okładka. Student zaprojektuje stronę tytułową oraz layout pozostałych stron portfolio. W pliku powinny się znaleźć co najmniej 7 stron z najlepszymi pracami wybranymi przez studenta, opis jego osoby i koncepcji zaprezentowanych prac + strona tytułowa. Portfolio powinno mieć wymiar 210x210mm lub 210x297mm. Można wykorzystać prace z poprzedniego zadania
- Studenci w wspólnej dyskusji pomagają sobie nawzajem poprzez wspólne dyskusje na temat danego projektu jego wadach i cechach pozytywnych. W wspólnej dyskusji wybierają projekt, który będzie najbardziej przydatny na rzecz interesów społecznego

Przygotowanie i prezentacja dorobku projektowego

Wymagania wstępne (wynikające z następstwa przedmiotów):

- Media cyfrowe, Artystyczne działania kreatywne

Treści kształcenia:

- Praca twórcza; narzędzia, efekty, promocja. Wizerunek twórcy. Personal projects a portfolio artystyczne
- Analiza sposobów prezentacji dorobku twórców wizualnych w sieci – case studies. Platformy dla twórców np. Behance, Artstation), formaty i narzędzia do prezentacji dorobku. Wykorzystanie multimediów. Komunikacja crossmedialna. Podstawy konstruowania tekstów z przeznaczeniem do publikacji w sieci na różnych platformach
- Analiza własnego dorobku studentów, zbieranie danych do opracowania opisu dorobku. Próba skonstruowania opisu własnej twórczości
- Tekst pisany a prezentacja mówiona. Najważniejsze zasady tworzenia wsparcia dla prezentacji ustnej – prezentacja wizualna. Porządek prezentacji, rola mockupów, detali oraz dokumentacji procesu twórczego
- Prezentacje efektów pracy własnej: wystąpienia ustne, prezentacja dorobku w sieci. Omówienie efektów prac

Seminarium dyplomowe

Cześć 1 przedmiotu

Wymagania wstępne (wynikające z następstwa przedmiotów):

- Metodologia badań

Treści kształcenia:

- Opracowywanie planu merytorycznego pracy dyplomowej, na który składają się: analiza sytuacji początkowej (stan obecny, niedomagania, stan docelowy), sformułowanie problemu, określenie celu i zakresu działań, charakterystyka koncepcji rozwiązania, formułowanie problemów i hipotez badawczych (głównego i szczegółowych), charakterystyka przyjętej metodologii badawczej (metody, procedury, techniki i narzędzia badawcze), przegląd i opracowanie spisu literatury, baz informacyjnych i innych zasobów
- Opracowywanie harmonogramu działań

Część 2 przedmiotu

Wymagania wstępne (wynikające z następstwa przedmiotów):

- Seminarium dyplomowe cz. 1

Treści kształcenia:

- Udokumentowanie przeprowadzonych działań w postaci gotowej pracy dyplomowej, składającej się z następujących części: wstęp, w tym jasno określony cel pracy, część główna pracy, podzielona na rozdziały (ewentualnie podrozdziały), dostosowana do specyfiki i przedmiotu rozwiązywanego problemu (zagadnienia), składająca się z części teoretycznej i praktyczno-badawczej, zakończenie, literatura, streszczenie, załączniki.

Przedmioty kierunkowe do wyboruAnaliza i interpretacja kreacji wizualnej

Wymagania wstępne (wynikające z następstwa przedmiotów):

- Historia projektowania graficznego, Komunikacja wizualna

Treści kształcenia:

- Wpływ sztuki na odbiorcę indywidualnego oraz całe społeczeństwa
- O interpretacji sztuki
- Symbolika w twórczości artystycznej
- Ikonologia i ikonografia
- Metoda ikonologiczna Panofsky'ego
- Symbolika w filmie, reklamie i grach wideo
- Symbolika w sztuce współczesnej
- Elementy techniczne dzieła wizualnego – Forma (kształt), Tematyka dzieła, kompozycja, kolorystyka, rytm w dziele, plany, perspektywa, światłocien, światło, linia, faktura, dane historyczne, treść + forma
- Narzędzie konstrukcyjne filmu i animacji – kadry, montaż, dźwięk, kolor, ujęcia, kompozycja
- Reklama jako środek narracji wizualnej
- Tradycyjne sztuki wizualne kontra nowoczesne techniki i trendy
- Symbolika i znaczenie – jak kolor, forma, narracja, materiał wpływa na formę dzieła
- Gala reklamy i anty reklamy – analiza zawartego w nich przekazu wizualnego

Projektowanie na potrzeby kultury

Wymagania wstępne (wynikające z następstwa przedmiotów):

- Komunikacja wizualna, Współczesne nurty w kulturze i sztuce, Artystyczne działania kreatywne

Treści kształcenia:

- Użytkowanie przestrzeni – Jak kultura i projektowanie graficzne wpływają na kształty przestrzeni, architekturę budynków publicznych, oraz reklamę outdoorową
- Wpływ kultury na projektowanie graficzne – analiza historyczna w zestawieniu z współczesnymi trendami
- Różnorodność kulturowa w projektowaniu
- Regionalne techniki rzemieślnicze a ich wpływ na projektowanie
- Plakat muzyczny – opracowanie plastyczne dowolnego plakatu muzycznego. W projekcie powinno się zastosować technikę assemblage.
- Student/studentka stworzy seria reklam związanych z dowolnym wydarzeniem kulturalnym
- Identyfikacja wizualna ośrodka związanego z kulturą np. galerii sztuki, muzeum, filharmonii, teatru itp.

Psychofizjologia widzenia

Wymagania wstępne (wynikające z następstwa przedmiotów):

- Pracownia projektowania liternictwa i typografii, Komunikacja wizualna, Artystyczne działania kreatywne

Treści kształcenia:

- Przestrzeń bezpieczna i niebezpieczna- opracowanie plastyczne, graficzne i opisowe
- Kwadrat – opracowanie graficzne i plastyczne formy przestrzennej
- Kolor i emocje – opracowanie graficzne podstawowych emocji
- Kamuflaż – opracowanie plastyczne, graficzne, którego celem jest unifikacja obiektu z otaczającym tłem, zatem kształt jest zakamuflowany przez kontekst, sąsiedztwo innych elementów - zasada wyboru najprostszej interpretacji, format 50/70, kompozycja barwna
- Figura dwuznaczna, figura i tło, kompozycja z dopełnieniem – opracowanie plastyczne, graficzne format 50/70
- Opracowanie plastyczne urządzenie zmieniające percepcję widzenia otoczenia; dokumentacja fotograficzno-graficzna, format 50/70
- Projekt muralu z wykorzystaniem doświadczeń wizualnych z zakresu PSYCHOFIZJOLOGII WIDZENIA. Zadaniem studentów jest zaprojektowanie muralu z wykorzystaniem technik plastycznych, graficznych. Zadanie realizowane jest w kilku osobowych zespołach. Zarządzanie treściami, poszukiwanie możliwości realizacji projektu w przestrzeni publicznej

Fotoedycja i fotomontaż

Wymagania wstępne (wynikające z następstwa przedmiotów):

- brak

Treści kształcenia:

- Etyczne aspekty fotoedycji i fotomanipulacji
- Manipulacja i percepcja obrazu w erze sztucznej inteligencji
- Historia manipulacji obrazem
- Teoretyczne aspekty pracy z obrazem przy tworzeniu fotomanipulacji i fotoedycji
- Fotoedycja i fotomanipulacja w sztuce, mediach i reklamie
- Praktyczne aspekty pracy z obrazem przy tworzeniu fotomanipulacji i fotoedycji
- Ćwiczenia praktyczne wykorzystujące fotoedycję i fotomanipulacja w reklamie – kreatywne wykorzystanie fotoedycji i fotomanipulacji w celu powstania elementów kampanii reklamowej
- Ćwiczenia praktyczne wykorzystujące fotoedycję i fotomanipulacja w sztuce - kreatywne wykorzystanie fotoedycji i fotomanipulacji w celu powstania artystycznego fotomontażu
- Wykorzystanie technik fotoedycji w odnawianiu/przekształcaniu obrazu. Techniki retuszu zdjęć.
- Ćwiczenia praktyczne wykorzystujące fotoedycję i fotomanipulacja w kreowaniu przekazu wizualnego – element kampanii społecznej na wybrany temat (grafika do publikacji w sieci lub outdoorowa).

Design thinking

Wymagania wstępne (wynikające z następstwa przedmiotów):

- brak

Treści kształcenia:

- Wprowadzenie. *Design Thinking* jako metoda wspierająca usystematyzowany proces poszukiwania innowacyjnego rozwiązania. Historia metody, przykłady zastosowania metody w firmach globalnych wyzwania do realizacji w trakcie semestru
- Empatyzacja i definiowanie problemu jako pierwsze etapy Design Thinking. Mapa empatii, Customer Understanding Map, Customer Journey, Persona, photojournalism, 5why. Realizacja dwóch pierwszych etapów DT dla założonego wyzwania
- Generowanie pomysłów jako kolejny etap Design Thinking. Burza mózgów, voting, 365, metody kreatywne. Realizacja etapu dla założonego wyzwania

- Prototypowanie i jego znaczenie w Design Thinking. Rodzaje prototypów, adekwatność prototypu do rozwiązania i warunków pracy. Realizacja etapu dla założonego wyzwania (stworzenie prototypu)
- Testowanie jako ostatni? etap Design Thinking. Znaczenie etapu w procesie, określenie „co dalej?”. Realizacja etapu dla założonego wyzwania
- Prezentacja rozwiązania wyzwania na forum grupy

Pracownia formy i koloru

Wymagania wstępne (wynikające z następstwa przedmiotów):

- Komunikacja wizualna
- Artystyczne działania kreatywne

Treści kształcenia:

- kolor i jego znaczenie dla projektowania
- forma jako sposób narracji dzieła
- Forma i kolor w reklamie
- Tworzenie rysunku/grafiki/obrazu łączącego w sobie minimum dwa kolory będące swoimi przeciwnościami, np. czarny i biały; żółty i fioletowy; pomarańczowy i niebieski itp.
- Student/studentka za pomocą prostych kształtów takich jak koło, kwadrat, trójkąt stworzy swój autoportret
- Dialog z mistrzem, student zainspirowany dolnym dziełem stworzy jego interpretację zmieniając jego formę
- Dominanta kolorystyczna - dowolna grafika/rysunek/obraz itp.

Projektowanie na potrzeby social mediów

Wymagania wstępne (wynikające z następstwa przedmiotów):

- Pracownia projektowania liternictwa i typografii, Komunikacja wizualna

Treści kształcenia:

- Pojęcie social mediów w kontekście projektowania graficznego
- Zasady i dobre praktyki w projektowaniu grafiki do social mediów
- Wymagania techniczne do grafik przeznaczonych na media społecznościowe
- Komunikacja wizualna i psychologia koloru w kreacji na social media
- Analiza i porównanie dobrych grafik z social mediów: narracji, strategii, przekazu, wpływu, kreatywności, typografii, tekstu, obrazu, koloru itp.
- Projektowanie grafik na wybraną platformę np. Facebook'a - stworzenie zestawu grafik na profil Facebook dla wybranej branży zgodnie z wytycznymi serwisów (zdjęcie profilowe, zdjęcie w tle, grafika do postów, grafika do wydarzenia, zdjęcie w tle na grupie oraz stories). Wszystkie grafiki powinny być spójne oraz w odpowiedniej stylistyce i komunikacji dla zdefiniowanej grupy docelowej
- Projekt grafik na portal społecznościowy, np. Instagram z wykorzystaniem karuzeli – stworzenie zestawu 5 plansz do postu z wykorzystaniem karuzeli. Wszystkie grafiki powinny być spójne oraz w odpowiedniej stylistyce
- Projekt miniatur na kanał Youtube. Zadaniem studenta będzie przygotowanie trzech miniatur do filmów dla kanału Youtube. Wszystkie grafiki powinny być spójne oraz w odpowiedniej stylistyce
- Profil biznesowy np. Znajdujący się na platformie LinkedIn. Zadaniem studenta będzie przygotowanie grafik do profilu wybranej firmy – grafika profilowa, grafika tła oraz grafika do postu z informacją o firmie

Animacja poklatkowa postaci

Wymagania wstępne (wynikające z następstwa przedmiotów):

- brak

Treści kształcenia:

- Teoria i praktyka animacji. Omówienie najważniejszych technik i nurtów, prezentacja przykładów

- Anatomia w ruchu. Techniczne podstawy animowania postaci ludzkiej
- Charakter postaci a sposób jej animowania – teoria i interpretacja przykładów
- Komunikacja wizualna a wygląd animowanej postaci
- Ćwiczenia wprowadzające do animacji poklatkowej - flipbook na papierze.
- Animacja poklatkowa sekwencji kroku postaci z użycie dostępnego oprogramowania (np. Photoshop, Blender - grease pencil)
- Animacja ludzkiego ciała. Ćwiczenie twórcze z wykorzystaniem animacji poklatkowej w wybranym oprogramowaniu na zadany przez Prowadzącego brief. Dokumentacja pracy, prezentacja wyników (to może być projekt, jeśli jest tu taka forma)

Specjalność: Cyfrowe formy projektowe i branding

Pracownia kreatywna

Wymagania wstępne (wynikające z następstwa przedmiotów):

- Komunikacja wizualna, Historia projektowania graficznego, Artystyczne działania kreatywne

Treści kształcenia:

- Techniki pomagające wzmocnić swoją kreatywność (Burza mózgów, Odwrócona burza mózgów, Mapa myśli, Technika SCAMPER, Storyboarding i Myślenie metaforyczne)
- Inspiracja jako element budujący kreatywność projektanta
- Dialog z mistrzem. Zadaniem studenta jest wykonanie dowolnej grafiki zainspirowanej wybranym przez siebie artystą
- Abstrakcja plama jako inspiracją. Zadaniem studenta jest stworzenie ilustracji na podstawie abstrakcyjnej plamy. Pierwszym etapem zadania jest wykorzystanie manualnych narzędzi takich jak farby, tusz itp. do stworzenia plam, które będą podstawą ilustracji.
- Plakat kulturalny. Zadaniem studenta jest wykonanie plakatu z wykorzystaniem przedmiotu codziennego użytku.
- Paradoks. Zadaniem studenta jest wykonanie dowolnego projektu z wykorzystaniem pozornie sprzecznych sobie elementów.
- Student stworzy serię kreatywnych gadżetów zainspirowanych kolorem i hasłem przydzielonym przez prowadzącego.

Internetowy marketing design

Wymagania wstępne (wynikające z następstwa przedmiotów):

- Komunikowanie marketingowe, Komunikacja wizualna

Treści kształcenia:

- Psychofizjologia widzenia i jej znaczenie w marketingu cyfrowym
- Reklama w środowisku cyfrowym (Brief i jego znaczenie dla marketingu (brief dla grafika, brief mediowy, brief dla agencji PR, brief dla blogera, brief reklamowy/brief kreatywny itp.)
- Analiza wizualna stron internetowych oraz mediów społecznościowych wybranych firm lub instytucji
- Student stworzy serię grafik do wybranego przez siebie artykułu blogowego
- Kampanie internetowe - zadaniem studenta jest stworzenie kampanii reklamowej dowolnego produktu lub usługi
- Kreacja wizualna na potrzeby mailingu
- E-book jako narzędzie sprzedażowe - zadaniem studenta jest stworzenie e-booka wspierającego budowanie wybranej marki (może być marka osobista)

Identyfikacja wizualna

Wymagania wstępne (wynikające z następstwa przedmiotów):

- Komunikowanie marketingowe, Komunikacja wizualna

Treści kształcenia:

- Logo jako podstawowy element identyfikacji wizualnej. Omówienie funkcji, znaczenia oraz zasady projektowania. Analizowanie wpływu symboliki, koloru, typografii na wizualny odbiór marki. Zadanie praktyczne.
- Elementy identyfikacji wizualnej. Podkreślenie roli spójności projektowej i funkcjonalność elementów w różnych kontekstach użytkowych. Zadanie praktyczne wykorzystujące techniki dowolne - faza wstępna powinna bazować na technikach manualnych, wymagana jest cyfrowa realizacja.
- Identyfikacja wizualna w mediach społecznościowych. Zapoznanie z zasadami dostosowania systemu identyfikacji do wybranych mediów społecznościowych. Praktyczne zastosowanie w treściach wizualnych.
- Księga znaku - wprowadzenie do dokumentacji jako narzędzia wykorzystania logo oraz elementów towarzyszących. Poznanie struktury dokumentu. Przedstawienie i analizowanie poprawnych i niepoprawnych realizacji księgi znaku.
- Opracowanie identyfikacji wizualnej własnej marki. W ramach zadania student jest zobligowany do opracowania swojego własnego logo, wizytówki, projektu strony z portfolio, elementów social media. Całość powinna zostać przygotowana w oparciu o pełen proces projektowy – od briefu i research, poprzez fazę koncepcyjną, kończąc na finalnym projekcie.

Projektowanie brandingowe

Wymagania wstępne (wynikające z następstwa przedmiotów):

- Komunikowanie marketingowe, Komunikacja wizualna

Treści kształcenia:

- Marka w przestrzeni cyfrowej. Analiza rynku i konkurencji, badanie potrzeb grupy docelowej, budowanie relacji z odbiorcami, kształtowanie wizerunku w środowisku online, projektowanie komunikacji graficznej w kontekście działań marketingowych.
- Branding i jego wpływ na kształtowanie świadomości marki u konsumentów. Opracowanie strategii wizualnej, definiowanie archetypu i wartości marki, planowanie języka komunikacji, kreowanie materiałów promocyjnych i reklamowych. Przykłady i analizowanie na istniejących markach.
- Ćwiczenia polegające na budowaniu estetyki marki, projektowaniu oraz tworzeniu spójnych rozwiązań graficznych, dobór palety kolorów i typografii, kreowanie doświadczenia wizualnego w dowolnej branży.
- Poszukiwanie odniesień wizualnych w naturze, np. analiza cech zwierząt jako punktu wyjścia do koncepcji projektowej, projektowanie opakowań produktów spożywczych inspirowanych estetyką fauny, eksplorowanie form i struktur.
- Opracowanie serii graficznych materiałów promocyjnych dla wybranego produktu np. kraftowego, tworzenie opowieści wizualnej, budowanie emocjonalnego przekazu, dopasowanie stylu graficznego do charakteru produktu.
- Tworzenie nazwy poprzez przekształcanie językowe, opracowanie znaku graficznego związanego z neologizmem, łączenie znaczeń słownych i wizualnych, budowanie unikalnej identyfikacji językowo-wizualnej. Ćwiczenia praktyczne.

Projektowanie UX i UI

Wymagania wstępne (wynikające z następstwa przedmiotów):

- Komunikowanie marketingowe, Pracownia projektowa liternictwa i typografii, Komunikacja wizualna

Treści kształcenia:

- Wprowadzenie do projektowania produktów i usług cyfrowych, rodzaje serwisów internetowych i etapy ich opracowania, pojęcia RWD (Responsive Web Design) oraz AWD (Adaptive Web Design)
- Wprowadzenie do praw UX oraz wykorzystania ich w praktycznym projektowaniu serwisów i interfejsów graficznych GUI, pojęcia Architektury informacji IA (Information Architecture), Persony, Użyteczności
- Omówienie obecnie dostępnych na rynku programów i aplikacji dla deweloperów, porównanie ich narzędzi oraz możliwości, specyfika pracy projektantów UX/UI i ich współpraca z programistami

- Zapoznanie z programem Figma, platformą dla deweloperów do pracy indywidualnej oraz zespołowej, omówienie przestrzeni roboczej, podstawowych narzędzi i funkcji
- Tworzenie projektów responsywnych GUI z różnych kategorii użytkowych w procesach podzielonych na etapy, takich jak analiza struktury serwisu i jego konkurencji, tworzenie person, User Flow – czyli ścieżki użytkownika, Wireframes – szkieletu serwisu w widoku Low-Fidelity Prototyping, tworzenie GUI – graficznego interfejsu użytkownika w widoku High-Fidelity Prototyping oraz jego testowanie i prezentacja
- Wprowadzenie do Design Systemów dla deweloperów oraz zasad ich wykorzystania w praktyce
- Realizacja projektów przez studentów samodzielnie i w zespołach kilkusobowych
- Konsultacje prac projektowych

Projektowanie stron internetowych (ang)

Wymagania wstępne (wynikające z następstwa przedmiotów):

- Pracownia projektowania liternictwa i typografii, Komunikacja wizualna

Treści kształcenia:

- Omówienie Podstaw HTML oraz CSS, które są podstawą do zrozumienia poprawnej struktury strony internetowej, która będzie użytkowników oraz wyszukiwarek (Podstawy HTML, CSS oraz SEO)
- korzystania z programu Figma w celu kreowania nowoczesnych, spełniających standardy rynkowe makiet stron internetowych
- Omówienie zasad projektowania architektury informacji oraz mapy strony
- Wprowadzenie do tworzenia design systemów
- Projekt strony internetowej z uwzględnieniem przygotowania architektury informacji, mapy strony, prostego design systemu, makiet niskiej szczegółowości oraz makiet wysokiej szczegółowości,
- Omówienie zasad doboru oraz kontrastowania typografii podczas tworzenia interfejsów
- Ćwiczenia rozwijające kompetencje korzystania z narzędzia AutoLayout w Figmie w celu projektowania responsywnych makiet stron internetowych
- Tworzenie Persony i User Stories
- Stworzenie sklepu internetowego (zapoznanie z marką, rozpoznanie grupy celowej, stworzenie architektury informacji, mapa podstron, dobranie kontentu, stworzenie makiet niskiej szczegółowości, tworzenie makiet wysokiej szczegółowości)

Specjalność: Motion design i produkcja multimedialna

Podstawy scenopisarstwa

Wymagania wstępne (wynikające z następstwa przedmiotów):

- Media cyfrowe, Artystyczne działania kreatywne

Treści kształcenia:

- Zajęcia Specyfika scenopisarstwa filmowego, teatralnego. Elementarne środki wyrazu w formach telewizyjnych, specyfika scenopisarstwa telewizyjnego Miejsce i znaczenie scenariusza, storyboardu, scenopisu w preprodukcji filmowej. Pisanie dla różnych w tym nowych mediów oraz na potrzeby widowisk i wydarzeń (eventów).
- Arystotelesowska koncepcja dramatu („Poetyka” Arystotelesa). Mit jako podstawa tragedii. Podstawowe formaty w scenopisarstwie. Podstawowe cechy scenariusza. Paradygmat scenariusza w analizie porównawczej Syda Fielda, Gustava Freytaga i Christophera Voglera. Struktura fabuły (akty, klamra, hak, punkty zwrotne akcji, punkty kulminacyjne, prolog, zakończenie, struktury mityczne).
- Budowa scenariusza i jego dokumentacja (storyboard, synopsis, logline, tagline, treatment). Scriptdoctoring. Uwagi odautorskie, nagłówek, opis postaci, szkic fabuły, opis akcji, scena, sekwencja, ujęcie, kadr.
- Postać, bohater w scenariuszu (protagonista, antagonist, postać lustro, postać dopełniająca, epizod, statysta.) Wielowymiarowy szekspirowski model bohatera na wybranych przykładach. Określenie cech charakterystycznych bohatera, zasady budowania bohatera filmowego jako kluczowego problemu scenariuszowego. Przemiana bohatera i łuk przemiany. Historia bohatera jako element decydujący o atrakcyjności historii scenariuszowej. Konflikt jako podstawowy element budujący historię. Rodzaje konfliktów.
- Prawidłowe formatowanie scenariusza (oprogramowanie scenopisarki).

- Czytanie i edycja scenariusza. Monolog, rozmowa, cisza jako środki wyrazu w scenariuszu. Wprowadzanie słowa w tkanę sceny i sekwencji. Dialog Pisanie dialogów na potrzeby różnych scenariuszy. Analiza porównawcza dialogów filmowych, telewizyjnych, radiowych i teatralnych.
- Tworzenie podtekstów i symboli. uwzględnianie tła społeczno-politycznego w pisaniu scen. Scenariusze na potrzeby Internetu i eventów. Scenariusze na rzecz działań prospołecznych, na rzecz interesu publicznego.
- Storyboard - opracowanie storyboardowego zapisu istniejącej formy filmowej.
- Scenariusze gier komputerowych (schematy narracyjne, grywalność, elementy konieczne, miejsca wspólne, poszukiwanie reguły). Storyboard jako etap kreacji gier komputerowych (kadrowanie, plan, punkt widzenia, ruch, przekład scen na kadry - praca w aplikacji). Budowa kart postaci i kart do gry.
- Przygotowanie do pracy scenarzysty filmowego i telewizyjnego. Znajomość specyfiki pracy przy formatach internetowych, w animacjach, teledyskach, reklamie i grach. Znajomość aktualnych wymagań i realiów rynku audiowizualnego, sieć kontaktów branżowych, orientację w zasadniczych aspektach prawnych. Przygotowanie do pitchingu przed producentami, nadawcami i reżyserami. Wycena scenariusza. Kosztorysowanie na podstawie scenariusza.
- Opracowanie scenariusza o określonych parametrach (formalnych, edytorskich i specyfikujących styl, formę, przeznaczenie, treść, funkcję, cel)

Dźwięk i muzyka

Wymagania wstępne (wynikające z następstwa przedmiotów):

- Brak

Treści kształcenia:

- Definicja i charakterystyka kompozycji audio. Muzyka w Polsce i na świecie – techniki, metody przekazu, forma przekazu muzycznego, twórcy - prezentacja na potrzeby zajęć na wybranych przykładach. Muzyka a odbiorca, z uwzględnieniem kompozycji na potrzeby gier video.
- Muzyka dla potrzeb gier. Projekt związany z zagadnieniem.
- Muzyka reklamowa - dżingel. Projekt związany z zagadnieniem.
- Muzyka tła na potrzeby filmu (ambient) / teledysk – ćwiczenie projektowe.
- Muzyka na potrzeby marketingu. Projekt związany z zagadnieniem.

Produkcja filmu

Wymagania wstępne (wynikające z następstwa przedmiotów):

- Komunikacja wizualna, Artystyczne działania kreatywne

Treści kształcenia:

- Preprodukcja materiału wideo – przygotowanie kreacji, przygotowanie storyboardów i zaplanowanie technicznych aspektów produkcji materiału.
- Realizacja nagrań.
- Montaż materiałów wideo, colorgrading, postprodukcja dźwięku, przygotowanie efektów specjalnych 2D i 3D oraz ich compositing
- Przygotowanie wysokojakościowego materiału filmowego z wykorzystaniem wiedzy zdobytej podczas zajęć

Intermedia i reklama animacyjna

Wymagania wstępne (wynikające z następstwa przedmiotów):

- Komunikowanie marketingowe

Treści kształcenia:

- Wprowadzenie do intermediów i współczesnych form reklamowych i marketingowych.
- Ćwiczenia laboratoryjne nastawione na kreatywne i niestandardowe łączenie technik, metod pracy, programów. Duży nacisk należy położyć na swobodę twórczą i dokonywanie samodzielnych wyborów.
- Zadanie główne: konkretna forma intermedialna, zgodna z aktualnymi trendami w reklamie i marketingu internetowym.
- Mieszane formy ruchome w kontekście reklamy i marketingu. Trendy, tradycje.

- Kreatywny projekt samodzielny. Zadanie nastawione na mieszanie technik i pracę w nowoczesnych środowiskach.

Pracownia dynamicznego obrazu

Wymagania wstępne (wynikające z następstwa przedmiotów):

- Artystyczne działania kreatywne

Treści kształcenia:

- Wideo i animacja – omówienie teorii, terminologii, metod pracy, stosowanego oprogramowanie i narzędzi. Prezentacja przykładów
- Ćwiczenia laboratoryjne, służące zapoznaniu się z oprogramowaniem i nabyciu umiejętności komunikacji za pomocą ruchomego obrazu. Praca z programami np. Adobe Premiere, After Effects, Photoshop, Illustrator, Blender (oraz ekwiwalentne).
- Tworzenie dynamicznych form multimedialnych. Eksplorowanie różnych form obrazu ruchomego i animacji, rozwijanie umiejętności swobodnego operowania technikami wideo, kolażu animowanego, motion designu czy elementów interaktywnych. Łączenie stylów i środków wyrazu w celu budowania twórczych, oryginalnych realizacji multimedialnych. Analiza potencjału narracyjnego i estetycznego technik ruchomego obrazu w kontekście komunikacji wizualnej.
- Realizacja krótkiej, zamkniętej formy wizualnej – od opracowania koncepcji, przygotowania scenariusza i scenorysu, przez wykonanie oraz rejestrację materiału, aż po montaż, obróbkę i dostosowanie do prezentacji.

Animacja i projektowanie 3D (ang)

Wymagania wstępne (wynikające z następstwa przedmiotów):

- Brak

Treści kształcenia:

- Zajęcia wprowadzające, omówienie tematów realizowanych w ramach laboratoriów, grupowe omówienie koncepcji i zagadnień.
- Tworzenie abstrakcyjnej zapętlonej animacji. Praca z kamerą i materiałami.
- Tworzenie ujęcia, budowanie atmosfery. Praca ze sceną, postacią i oświetleniem.
- Rigging i animacja postaci.
- Rendering i postprodukcja animacji.
- Krótka forma animacji produktowej. Zaplanowanie i przygotowanie elementów animacji za pomocą odpowiedniego oprogramowania. Świadome łączenie materiału i uzasadnione wykorzystanie efektów. Zachowanie spójności przekazu oraz poprawnej formy przekazu wizualnego. Zastosowanie ścieżki dźwiękowej.

Specjalność: Komunikacja wizualna i projektowanie zaangażowane społecznie

Zaawansowane projektowanie komunikacji wizualnej

Wymagania wstępne (wynikające z następstwa przedmiotów):

- Komunikacja wizualna, Artystyczne działania kreatywne, Pracownia projektowania liternictwa i typografii

Treści kształcenia:

- Student zaprojektuje na wymiarze B2 swój herb rodzinny. Wraz z herbem należy zamieścić krótkie wyjaśnienie użytego symbolu, znaków, kodów informacyjnych zaprojektowanego herbu
- Infografika związana z wybranym celem zrównoważonego rozwoju
- Student/studentka stworzy logo stosując w dowolny sposób złoty podział.
- Zadaniem studenta będzie stworzenie serii produktów spożywczych zainspirowanych hasłem powrót do przyszłości

Technika dowolna (możliwe łączenie technik)

Sposób prezentacji produktów: Plansza w wymiarze B1 wraz z krótkim opisem, przestrzeń barwna: CMYK

Pracownia narracji obrazem

Wymagania wstępne (wynikające z następstwa przedmiotów):

- Komunikacja wizualna, Artystyczne działania kreatywne

Treści kształcenia:

- Irracjonalny znak drogowy – Student/studentka zaprojektuje nowy znak drogowy
- Zadaniem studenta/studentki będzie stworzenie ilustracji do artykułu prasowego dotyczącego problemów społecznych (np. przemoc wobec kobiet, problemy z uzależnieniami, mobbing itp.
- Emocje a obraz – Student/studentka ma na zadanie wykonać grafikę artystyczną w technice druku cyfrowego zainspirowaną dowolną emocją
- Okładka płyty – zadaniem studenta będzie zaprojektowanie dowolnej płyty muzycznej (opakowanie na płytę winylową 30x30 cm, opakowanie na płytę wraz z nadrukiem na CD, miniaturkę płyty do dowolnie wybranej aplikacji do słuchania muzyki)
- Kreatywna mapa miasta. Zadaniem studenta jest stworzenie oryginalnej mapy. Na mapie powinna znaleźć się legenda, dane demograficzne miasta, historia oraz autorskie ilustracje przedstawiające najważniejsze zabytki.

Tworzenie publikacji cyfrowych

Wymagania wstępne (wynikające z następstwa przedmiotów):

- Pracownia projektowania liternictwa i typografii

Treści kształcenia:

- Internet jako medium umożliwiające komunikację z odbiorcą
- Wprowadzenie do tematyki publikacji i zasad dobrego składu
- Zasady dopasowania odpowiedniej typografii do rodzaju publikacji
- Analiza publikacji cyfrowych i drukowanych i wskazanie pomiędzy nimi różnic.
- Cyfrowy katalog reklamowy produktów ekologicznych lub lokalnych np. miód, wino czy sery wyprodukowanych przez małe firmy w tradycyjny sposób
- Student stworzy rozkładówkę czasopisma cyfrowego poświęconemu zrównoważonemu rozwojowi.
- Tworzenie serii grafii na dowolnie wybraną przez siebie stronę www.
- Student, studentka za pomocą dowolnego narzędzia (np. Canva, Figma, Prezentacje Google itp.) stworzy prezentacje na wybrany przez siebie temat. Prezentacja powinna zawierać 2 autorskie ilustracje oraz minimum 5 ikon zaprojektowanych przez autora

Zrównoważony rozwój w projektowaniu

Wymagania wstępne (wynikające z następstwa przedmiotów):

- Komunikacja wizualna, Pracownia projektowania liternictwa i typografii

Treści kształcenia:

- Definicja i założenia zrównoważonego rozwoju
- Ekologiczne opakowanie – Zadaniem studenta jest stworzenie ekologicznego opakowania wykonanego ręcznie na dowolny produkt
- Projektowanie zrównoważone jako projektowanie rozwiązań
- Znaczenie materiałów w projektowaniu zrównoważonym
- Nadaj nowe życie starym przedmiotom – Zadaniem studenta będzie stworzenie grafiki reklamowej wykorzystując opakowania po zużytych produktach.
- Opracowanie serii reklam lub opakowań wybranego przez siebie produktu kraftowego, np. słoika miodu czy dżemu, butelki wina, różnego rodzaju rękodzieła itp.
- Student, studentka zaprojektuje instrukcje, w której przedstawi jak za pomocą prostych narzędzi stworzy nowe przedmioty (można wykorzystać np. stare butelki czy puszki itp.)
- Student, studentka zaprojektuje prezentacje, w której przeanalizuje wybrane przez siebie brandy i dokona analizy ich stosunku do zrównoważonego rozwoju. W prezentacji powinny znaleźć się przykłady firm, które wdrożyły założenia zrównoważonego rozwoju oraz takie, które tego nie robią. Na końcu prezentacji

powinny znaleźć się wnioski studenta dotyczące stosowania celów zrównoważonego rozwoju lub ich braku w wybranych firmach.

Projektowanie kampanii społecznościowych (ang)

Wymagania wstępne (wynikające z następstwa przedmiotów):

- Brak

Treści kształcenia:

- Definicja kampanii społecznej i analiza wybranych przykładów
- Różnice między kampanią społeczną a kampanią reklamową
- Kampania społeczna dotycząca walki z wybranym uzależnieniem zaprojektowana na bilbordy wielkoformatowe
- Student zaprojektuje t-shirt z dowolnie wybranym przez siebie celem zrównoważonego rozwoju (cel wybrany przez studenta musi być inny niż w przypadku pierwszego zadania). Technika oznakowania odzieży - sitodruk.
- Zadaniem studenta będzie opracowanie dowolnej kampanii społecznej oraz serii gadżetów ją promujących
- Student/studentka stworzy dowolny plakat społeczny zainspirowany hasłem: „Twórczo dla praw człowieka” (możliwe tematy: przemoc wobec kobiet, mobbing, wykluczenia społeczne, rasizm, hejt internetowy itp.)
- Kampania ekologiczna – zadaniem studenta będzie stworzenie dowolnej kampanii ekologicznej przeznaczonej na media społecznościowe

Pracownia plakatu społecznego

Wymagania wstępne (wynikające z następstwa przedmiotów):

- Komunikacja wizualna

Treści kształcenia:

- Historia, definicja i rodzaje plakatu
- Najważniejsze przeglądy i konkursy plakatu społecznego w Polsce i na świecie
- Polscy i zagraniczni plakaciści poruszający tematy społeczne
- ikoniczne plakaty społeczne – analiza wybranych przykładów
- Student, studentka stworzy plakat społeczny z wykorzystaniem autorskiej fotografii
- Plakat społeczny dotyczący dowolnego celu zrównoważonego rozwoju
- Paradoks – plakat społeczny zainspirowany hasłem paradoks
- Manualny eksperyment – zadaniem studenta jest stworzenie plakatu społecznego za pomocą manualnych, tradycyjnych technik (w zadaniu można wykorzystać takie narzędzia jak: tusz, wycinki gazet, farby, kolorowe papiery itp.)
- Plakat społeczny jako komunikat o międzynarodowym zasięgu. Zadaniem studenta będzie zaprojektowanie plakatu społecznego bez użycia typografii. Plakat ma być podstawą do stworzenia serii gadżetów reklamowych: torby, notesu, koszulki, oklejenia autobusu, przypinki oraz roll-up informacyjny

29

[illegible]