

Charakterystyka programu studiów dla kierunku Grafika komputerowa i produkcja multimedialna studia pierwszego 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	7
Sposoby weryfikacji i oceny efektów uczenia się osiągniętych przez studenta w trakcie całego cyklu kształcenia	10
Katalog przedmiotów	12
Przedmioty ogólnouczeniiane	12
Język obcy	12
Komunikacja międzykulturowa	12
Socjologia.....	13
Etyka	13
Filozofia.....	13
Bezpieczeństwo i higiena cyfrowa.....	13
Podstawy ekonomii	14
Podstawy prawa	14
Osobisty model biznesowy	15
Technologia informacyjna	15
Ochrona własności intelektualnej	16
Proseminarium	16
Bezpieczeństwo i higiena warunków kształcenia	16
Wyzwania cywilizacyjne	17
Przedmioty podstawowe	17
Research i factchecking	17
Współczesne media	18
Zarządzanie projektem	18
Historia sztuki	18
Badania użytkowników.....	19
Podstawy komunikacji marketingowej.....	19
Przedmioty kierunkowe i specjalnościowe	20
Pracownia technik projektowania i technik przekazu	20
Grafika rastrowa	20
Grafika wektorowa	21
Pracownia projektowania graficznego	21
Pracownia fotografii cyfrowej	21
Digital painting (ang)	21
Projektowanie opakowań.....	22
Prawo autorskie i prawo reklamy.....	22
DTP.....	22
AI w kreacji multimedialnej	23
Typografia	23

Podstawy grafiki trójwymiarowej	23
Pracownia animacji	24
Pracownia wideo	24
Pracownia typografii	24
Obróbka dźwięku	25
Rysunek i kompozycja	25
Seminarium dyplomowe	25
Przedmioty kierunkowe do wyboru	26
Psychologia reklamy	26
Socjologia kultury	26
Infografika	27
Grafika ilustracyjna	27
Historia fotografii	27
Marketing w mediach i branży kreatywnej	27
Projektowanie no-code	28
Przygotowanie portfolio	28
Specjalność: Branding i projektowanie interakcji	28
Pracownia projektowania znaku	28
Psychofizjologia widzenia	29
Projektowanie informacji	29
UX/UI design	30
Brand design	30
Marketing design	30
Projektowanie publikacji multimedialnych	31
Specjalność: Sztuka cyfrowa i zastosowania sztucznej inteligencji	31
Nowe technologie we wzornictwie graficznym	31
Zaawansowany digital painting	31
Cyfrowy fotomontaż i fotomanipulacja	31
Zaawansowana kreacja wizualna z AI	32
Artystyczne formy przestrzenne	32
Ruch i animacja z AI	32
Pracownia projektowania plakatu i ilustracji	33

Podstawowe informacje o kierunku i programie studiów

Nazwa jednostki prowadzącej kierunek	Kolegium Mediów i Komunikacji Społecznej
Nazwa kierunku studiów	Grafika komputerowa i produkcja multimedialna
Poziom studiów	studia pierwszego stopnia
Profil studiów	praktyczny
Forma studiów	niestacjonarne
Nazwa dyscypliny, do której został przyporządkowany kierunek	nauki o komunikacji społecznej i mediach - 55% (wiodąca) sztuki plastyczne i konserwacja dzieł sztuki - 45%
Rocznik	2026/2027
Liczba semestrów	6
Język studiów	polski
Tytuł zawodowy nadawany absolwentom	licencjat
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:

Branding i projektowanie interakcji**Sztuka cyfrowa i zastosowania sztucznej inteligencji**

	niestacjonarne
Łączna liczba godzin zajęć	2100
Wymiar godzin zajęć z wychowania fizycznego	0
Wymiar godzin praktyki zawodowej	960
Liczba punktów ECTS:	
konieczna do ukończenia studiów	181
w ramach zajęć prowadzonych z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich lub innych osób prowadzących zajęcia	81 (45%)
którą student musi uzyskać w ramach zajęć z dziedziny nauk humanistycznych lub nauk społecznych	5
za zajęcia kształtujące umiejętności praktyczne	120 (66%)
którą student uzyskuje w ramach zajęć do wyboru	82 (45%)

Koncepcja i cele kształcenia

Koncepcja kształcenia na kierunku *Grafika komputerowa i produkcja multimedialna* 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 *Grafika komputerowa i produkcja multimedialna* 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 mających doświadczenie w branży kreatywnej.

Kadra naukowo-dydaktyczna, która związana jest z kierunkiem *Grafika komputerowa i produkcja multimedialna* 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 działania na rzecz rozwoju współpracy z otoczeniem społeczno-gospodarczym.

Bardzo ważnym elementem nowoczesnego kształcenia jest prowadzenie badań naukowych i działań artystycznych. Zapewnienie zaangażowania kadry naukowo-dydaktycznej kierunku w te obszary, pozwala na właściwe wykorzystanie potencjału społeczności akademickiej (tak pracowników, jak i studentów) oraz infrastruktury naukowo-badawczej (m.in. specjalistycznych laboratoriów dedykowanych kierunkowi *Grafika komputerowa i produkcja multimedialna* - Laboratorium Wirtualnej Rzeczywistości i Przetwarzania Obrazu, Laboratorium Grafiki Komputerowej i Sztuki Cyfrowej, Studio Telewizyjne, Studio Fotograficzne).

Koncepcja kształcenia na kierunku *Grafika komputerowa i produkcja multimedialna* uwzględnia zapotrzebowanie rynku pracy na absolwentów studiów pierwszego stopnia. Rynek usług graficznych, projektowych, a przede wszystkim rynek nowych mediów zmienia się dynamicznie i wykazuje tendencje wzrostowe w konkretnych obszarach projektowania. Na rynku pracy poszukiwani są głównie specjaliści z zakresu grafiki komputerowej, zwłaszcza z obszaru grafiki 3D i multimedialnej, a także projektanci produktów cyfrowych i na potrzeby szeroko rozumianego marketingu. 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.

Rynek usług graficznych i multimedialnych to jeden z tych obszarów, który zyskuje na rozwoju nowych technologii i wzroście znaczenia komunikacji z zastosowaniem obrazu i komunikacji cyfrowej. Zapotrzebowanie na usługi graficzne, jak i te związane z produkcją multimedialną, projektowaniem produktów cyfrowych oraz wykorzystaniem nowych technologii wciąż rośnie. Duże zapotrzebowanie na usługi grafików, projektantów interfejsów i twórców treści cyfrowych mają firmy działające w obszarze social media, a także firmy i agencje realizujące komunikację cyfrową oraz działania content marketingowe w mediach społecznościowych i środowisku nowych mediów. Głównym zleceniodawcą jest sektor biznesowy. Z usług zewnętrznych dostawców aktywnie korzystają

firmy realizujące kampanie konsumenckie czy wspierające swoją komunikację nie tylko B2C, ale też B2B. Coraz większe znaczenie zyskują również działania z zakresu employer branding i komunikacji wewnętrznej organizacji.

Zapotrzebowaniu pracodawców odpowiadają przewidziane w programie studiów na kierunku *Grafika komputerowa i produkcja multimedialna* specjalności: *Branding i projektowanie interakcji* oraz *Sztuka cyfrowa z elementami sztucznej inteligencji*. Analiza zgodności zakładanych efektów uczenia się z potrzebami rynku pracy przeprowadzana jest na podstawie ogólnodostępnych raportów dotyczących rynku pracy, a także raportów realizowanych przez poszczególne jednostki Uczelni, jak również na podstawie opinii pracodawców na temat koncepcji programu studiów. Prodziekan jest w kontakcie z interesariuszami zewnętrznymi oraz partnerami kierunku, konsultując koncepcje wypracowane przez kierunkowy zespół ds. programu kształcenia.

Studia pierwszego stopnia na kierunku *Grafika komputerowa i produkcja multimedialna* mają profil praktyczny, przejawiający się m.in. w nabyciu przez absolwentów umiejętności przydatnych do pracy w agencjach reklamowych, marketingowych 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. Wychodząc naprzeciw wyzwaniom współczesnego rynku, elementem wspólnym dla wszystkich specjalności i ścieżki kształcenia jest przedmiot AI w kreacji multimedialnej, który zapoznaje studentów z zastosowaniami generatywnej sztucznej inteligencji w grafice, animacji i wideo. Uczelnia świadomie integruje nowe technologie w program studiów, przygotowując absolwentów do pracy w dynamicznie zmieniającym się środowisku branży kreatywnej.

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 *Grafika komputerowa i produkcja multimedialna* 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.

Dodatkowym atutem kierunku jest fakt, że Kolegium Mediów i Komunikacji Społecznej WSliZ realizuje kształcenie na drugim stopniu na kierunku Projektowanie Graficzne oraz Digital Marketing, ale również posiada uprawnienia do nadawania stopnia doktora w dyscyplinie nauki o mediach, co Absolwentom kierunku gwarantuje dostęp do wybitnej kadry i możliwość kontynuacji kształcenia na drugim i trzecim stopniu studiów.

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

- Grafik komputerowy (graphic designer),
- Specjalista DTP,
- Projektant systemów identyfikacji wizualnej,
- Digital Media Specialist,
- Content Creator,
- Grafik kreatywny,
- Montażysta dźwięku i obrazu,
- Character Designer,
- Motion Designer,
- Animator 2D i 3D,
- Ilustrator,
- Projektant UX/UI,
- Brand Designer.

Kształcenie na kierunku *Grafika komputerowa i produkcja multimedialna* 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 produkcji multimedialnej. Ważnym elementem kształcenia na kierunku jest wyposażenie studentów w wiedzę i umiejętności z zakresu następujących dyscyplin naukowych: nauki o komunikacji społecznej i mediach oraz 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, sprawnego poruszania się po rynku mediów, a także krytycznego podejścia do otaczającej rzeczywistości.

Sylwetka absolwenta

Absolwent kierunku *Grafika komputerowa i produkcja multimedialna* w trakcie studiów zdobywa wiedzę, umiejętności i kompetencje w zakresie projektowania rozmaitych form graficznych i multimedialnych, 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 i marketingowych), co z kolei przekłada się na dużą wartość absolwenta na rynku pracy. W zakresie dyscypliny nauki o komunikacji społecznej i mediach absolwent zyskuje wiedzę m.in. z zakresu współczesnych mediów, zarządzania projektami, badania mediów, marketingu, przedmiotów prawnych (w tym prawa autorskiego i prawa reklamy).

W zakresie dyscypliny sztuk plastycznych i konserwacji dzieł sztuki absolwent zyskuje m.in. wiedzę i umiejętności posługiwania się kolorem, typografii, projektowania graficznego, projektowania multimediów, obsługi sprzętu AV, fotografii, rysunku odręcznego, digital paintingu, tworzenia komunikatu multimedialnego, zastosowań DTP, światów wirtualnych.

Absolwent specjalności Branding i projektowanie interakcji

Poza wymienionymi wyżej umiejętnościami i kompetencjami absolwent specjalności *Branding i projektowanie interakcji* nabywa dodatkowo wiedzę i umiejętności z zakresu:

- projektowania doświadczeń użytkownika (UX) oraz interfejsów użytkownika (UI) z wykorzystaniem współczesnych narzędzi i oprogramowania projektowego,
- tworzenia identyfikacji wizualnej marek, projektowania znaków graficznych oraz systemów komunikacji wizualnej,
- opracowywania materiałów reklamowych i projektów wspierających działania marketingowe z uwzględnieniem potrzeb i oczekiwań odbiorcy,
- projektowania zorientowanego na potrzeby użytkownika i odbiorcy komunikacji wizualnej,
- tworzenia publikacji cyfrowych i multimedialnych,
- psychofizjologii widzenia oraz percepcji obrazu w projektowaniu komunikacji wizualnej.

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

- Projektant treści cyfrowych,
- UX/UI Designer,
- Brand Designer,
- Digital Content Specialist,
- Projektant grafiki użytkowej,
- Key Visual Manager.

Absolwent specjalności *Sztuka cyfrowa i zastosowania sztucznej inteligencji*

Poza wymienionymi wyżej umiejętnościami i kompetencjami absolwent specjalności Sztuka cyfrowa i zastosowania sztucznej inteligencji nabywa dodatkowo wiedzę i umiejętności z zakresu:

- projektowania i tworzenia sztuki cyfrowej z wykorzystaniem współczesnych narzędzi multimedialnych,
- wykorzystania narzędzi sztucznej inteligencji w procesach kreatywnych i projektowych,
- generowania oraz edycji obrazu, dźwięku i materiałów audiowizualnych z użyciem AI,
- projektowania interaktywnych form wizualnych i multimedialnych, w tym animacji i ruchu z wykorzystaniem narzędzi AI,
- krytycznej analizy oraz świadomego wykorzystywania technologii AI w sztuce i komunikacji wizualnej z uwzględnieniem aspektów etycznych i prawnych,
- łączenia tradycyjnych metod projektowych z nowoczesnymi technologiami cyfrowymi,
- tworzenia eksperymentalnych i innowacyjnych projektów artystycznych oraz multimedialnych.

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

- Art Director,
- Digital Artist,
- Specjalista ds. kreacji multimedialnej,
- Projektant interaktywnych form cyfrowych,
- Motion Designer,
- Graphic Designer.

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 i od tej pory może (pod nadzorem Koordynatora i Opiekuna zakładowego praktyki) uzupełniać 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 podczas praktyk zawodowych jest obowiązkowa, a organizacja praktyk odbywa się zgodnie z obowiązującym regulaminem praktyk zawodowych. Zaliczenia praktyki dokonuje Koordynator na podstawie Dziennika praktyk, dostępnego portfolio, przeprowadzonych hospitacji oraz oceny stopnia zrealizowania przez studenta efektów uczenia się dokonanej przez Opiekuna zakładowego praktyki.

Na kierunku *Grafika komputerowa i produkcja multimedialna* praktyka zawodowa realizowana jest w liczbie 960 h (łącznie 36 ECTS). Praktyka zawodowa podzielona jest na dwa etapy (rozliczane kolejno po drugim i trzecim roku studiów). Odpowiednio jest to – dla drugiego roku 480 h (18 ECTS) i dla trzeciego roku 480 h (18 ECTS). Taki układ praktyk zapewnia zrealizowanie efektów uczenia się odpowiednich dla kierunku, a jednocześnie pozwala na specjalizację, zwiększanie odpowiedzialności w ramach praktyki. Praktyka zawodowa jest

realizowana zarówno przez studentów stacjonarnych, jak i niestacjonarnych (w tym samym wymiarze godzinowym). 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.

Miejscami odbywania praktyki mogą być m.in. firmy, instytucje, instytucje kultury, redakcje medialne, agencje interaktywne, agencje: reklamowe, kreatywne i public relations, działy marketingu, promocji i komunikacji wizerunkowej, studia game dev, agencje brandingowe.

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

Praktyka zawodowa cz.1 (3 miesiące)

Lp.	Opis przedmiotowych efektów uczenia się	Odniesienie do efektów uczenia się dla kierunku
Po zaliczeniu praktyki student w zakresie WIEDZY potrafi		
P_W01	rozumie znaczenie konieczności łączenia różnych funkcji: artystycznej, informacyjnej i użytkowej w projektach graficznych i multimedialnych	K_W19
Po zaliczeniu praktyki student w zakresie UMIEJĘTNOŚCI potrafi		
P_U01	potrafi wyszukiwać, selekcjonować i opracowywać informacje np. uzyskanych samodzielnie lub pochodzących od klienta lub lidera projektu na potrzeby przygotowania materiałów graficznych i multimedialnych.	K_U06
P_U02	Potrafi świadomie korzystać z materiałów (np. grafik, zdjęć, fontów) zgodnie z prawem i zasadami etyki zawodowej.	K_U07
P_U03	potrafi efektywnie poruszać się w obszarze marketingu cyfrowego, wykonywać projekty graficzne i multimedialne w celach promocyjnych (w tym działaniach autopromocyjnych)	K_U09
P_U04	potrafi obsługiwać narzędzia sprzętowe i oprogramowanie wykorzystywane w grafice komputerowej, produkcji multimedialnej i/lub projektowaniu gier, dostosowując je do charakteru konkretnego projektu	K_U15
P_U05	potrafi stosować podstawowe techniki wizualne w pracy z obrazem oraz interpretować materiały wizualne i zjawiska wizualne	K_U19
Po zaliczeniu praktyki student w zakresie KOMPETENCJI SPOŁECZNYCH potrafi		
P_K01	potrafi zaprezentować swoje projekty oraz zachowuje się odpowiednio podczas prezentacji i kontaktu z klientem lub odbiorcą	K_K02
P_K02	radzi sobie z identyfikowaniem problemów w pracy i podejmowaniem właściwych decyzji w standardowych sytuacjach zawodowych	K_K05

Praktyka zawodowa cz.2 (3 miesiące)

– dla specjalności: **Branding i projektowanie interakcji**

Lp.	Opis przedmiotowych efektów uczenia się	Odniesienie do efektów uczenia się dla kierunku
Po zaliczeniu praktyki student w zakresie WIEDZY potrafi		
P_W01	zna narzędzia, pojęcia i procesy wykorzystywane w branding oraz projektowaniu interfejsów i doświadczeń użytkownika	K_W12
P_W02	rozumie konieczność łączenia estetyki z funkcją informacyjną w projektach graficznych i interaktywnych dla marek i z uwzględnieniem odbiorców	K_W19

Po zaliczeniu praktyki student w zakresie UMIEJĘTNOŚCI potrafi		
P_U01	potrafi stosować odpowiednie narzędzia komunikacji marketingowej i rozróżniać działania PR od innych form promocji w realnych projektach dla klientów adekwatnie do potrzeb marki i grupy docelowej	K_U08
P_U02	potrafi sprawnie działać w obszarze marketingu i komunikacji marki, w tym realizować działania promocyjne i autopromocyjne	K_U09
P_U03	potrafi świadomie budować swoją pozycję zawodową i artystyczną jako projektant brand designu lub twórca interaktywnych doświadczeń wizualnych, w tym rozwijać portfolio i tożsamość twórczą	K_U10
P_U04	potrafi obsługiwać specjalistyczne narzędzia (sprzęt i oprogramowanie) wykorzystywane w projektowaniu graficznym, brandingowym oraz interaktywnym - zarówno w środowisku statycznym, jak i dynamicznym	K_U15
P_U05	potrafi samodzielnie podejmować decyzje projektowe oraz współpracować w zespołach przy realizacji projektów kreatywnych	K_U18
Po zaliczeniu praktyki student w zakresie KOMPETENCJI SPOŁECZNYCH potrafi		
P_K01	jest gotów do samodzielnego i przedsiębiorczego działania w środowisku projektowym, w szczególności do organizacji pracy projektowej, komunikacji z klientem lub zespołem oraz proponowania rozwiązań odpowiadających potrzebom użytkowników i założeniom marki.	K_K04
P_K02	jest gotów pełnić rolę projektanta funkcjonującego w obszarze komunikacji wizualnej, marketingowej i/lub projektowania interakcji, z uwzględnieniem standardów zawodowych, etycznych i estetycznych właściwych praktyce projektowej.	K_K06

– dla specjalności: **Sztuka cyfrowa i zastosowanie sztucznej inteligencji**

Lp.	Opis przedmiotowych efektów uczenia się	Odniesienie do efektów uczenia się dla kierunku
Po zaliczeniu praktyki student w zakresie WIEDZY potrafi		
P_W01	zna narzędzia, pojęcia i technologie wykorzystywane w sztuce cyfrowej, w tym rozwiązania oparte o sztuczną inteligencję	K_W12
P_W02	rozumie aktualne tendencje rozwojowe w sztuce cyfrowej i nowych mediach, w tym zastosowania AI w kreacji artystycznej	K_W20
Po zaliczeniu praktyki student w zakresie UMIEJĘTNOŚCI potrafi		
P_U01	potrafi budować swoją pozycję artystyczną i zawodową poprzez rozwijanie indywidualnego stylu, portfolio oraz świadomego podejścia do projektowania graficznego	K_U10
P_U02	potrafi uzasadnić swoje decyzje twórcze w odniesieniu do aktualnych tendencji w sztuce cyfrowej i nowych mediach	K_U12
P_U03	tworzy i realizuje własne koncepcje artystyczne z wykorzystaniem narzędzi cyfrowych i nowych technologii	K_U14
P_U04	potrafi podejmować samodzielne decyzje projektowe oraz realizacyjne i efektywnie współpracować z innymi w ramach zespołów twórczych lub środowisk instytucjonalnych z zachowaniem zasad organizacji pracy w branży kreatywnej	K_U18
P_U05	tworzy prace artystyczne, łącząc klasyczne podejście do sztuki z nowymi technologiami i mediami cyfrowymi	K_U22
Po zaliczeniu praktyki student w zakresie KOMPETENCJI SPOŁECZNYCH potrafi		
P_K01	jest gotów do przedsiębiorczego wykorzystywania narzędzi sztuki cyfrowej i technologii AI w realizacji projektów kreatywnych, w tym do samodzielnego	K_K04

	planowania procesu twórczego, eksperymentowania oraz proponowania innowacyjnych rozwiązań	
P_K02	jest gotów pełnić rolę twórcy i realizatora projektów sztuki cyfrowej z wykorzystaniem nowych technologii, z uwzględnieniem odpowiedzialności etycznej, praw autorskich oraz profesjonalnych standardów pracy kreatywnej	K_K06

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

Na uczelni system weryfikacji i oceny stopnia osiągnięcia przez studenta efektów uczenia się 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 ocena osiąganych przez studenta efektów uczenia się na etapie przygotowania przez studenta pracy dyplomowej oraz podczas egzaminu dyplomowego.

Dobór sposobów (metod) weryfikacji i oceny efektów uczenia się zdeterminowany jest charakterem efektów uczenia się przewidzianych do osiągnięcia w ramach danego przedmiotu. Celem poszczególnych form zajęć realizowanych w ramach przedmiotu jest osiągnięcie przez studenta określonego poziomu efektów uczenia się w kategoriach: wiedza, umiejętności i kompetencje społeczne. W zależności od charakteru (kategorii) weryfikowanego efektu uczenia, na etapie bieżącej weryfikacji i oceny osiąganych przez studenta efektów uczenia się, stosowane są m.in. następujące metody:

- kategoria „wiedza” – metody weryfikacji pisemnej (testy zawierające pytania zamknięte lub otwarte), metody weryfikacji ustnej bazujące na pytaniach otwartych,
- kategoria „umiejętności” – ćwiczenia (w tym laboratoryjne) bazujące na realizacji zadań praktycznych lub rozwiązywaniu problemów (metoda problemowa), metoda projektów, metoda case study, dydaktyczne gry symulacyjne, metoda obserwacji,
- kategoria „kompetencje społeczne” – metoda projektów, dydaktyczne gry symulacyjne.

Przygotowując narzędzia weryfikacji efektów uczenia się nauczyciele akademicy i inne osoby prowadzące zajęcia bazują na zapisach Kart przedmiotów (które zawierają m.in. informacje o celach przedmiotu, przedmiotowych efektach uczenia się, treściach kształcenia, metodach weryfikacji i kryteriach oceny stopnia osiągnięcia poszczególnych efektów uczenia) oraz na wytycznych określonych w Zarządzeniu Rektora w sprawie przygotowania narzędzi ewaluacji wyników procesu dydaktycznego.

Kluczową metodą stosowaną na etapie bieżącej weryfikacji i oceny osiąganych przez studenta efektów uczenia się podczas realizacji praktyk zawodowych jest metoda obserwacji w warunkach rzeczywistych, polegająca na analizie/obserwacji działania studenta w rzeczywistych warunkach realizacji zadań wynikających z treści efektów uczenia się. Wynik realizowanego zadania podlega ocenie ze względu na jego jakość oraz poprawność realizacji procedury zastosowanej do rozwiązania/wykonania zadania.

Kończąca weryfikacja i ocena osiąganych przez studenta efektów uczenia się odbywa się na etapie przygotowania przez studenta pracy dyplomowej oraz podczas egzaminu dyplomowego. Z uwagi na praktyczny profil kształcenia wymagane jest realizowanie przez studentów prac dyplomowych o charakterze praktycznym, zgodnych ze studiowanym kierunkiem oraz obraną specjalnością. Celem realizacji pracy dyplomowej jest rozwiązanie problemu praktycznego (prace na studiach pierwszego stopnia) lub problemu badawczego na bazie metodologii badań stosowanych (prace na studiach drugiego stopnia). Kryteria oceniania pracy dyplomowej odnoszą się do jej zawartości merytorycznej i wartości edytorskiej. Oba te aspekty są określone przez umiejętnościowe efekty uczenia się zawarte w karcie przedmiotu *Seminarium dyplomowe*. Szczegółowe rozwinięcie zasad znajduje się w corocznie aktualizowanym Zarządzeniu Rektora w sprawie prac dyplomowych i egzaminów dyplomowych. Promotor pracy oraz recenzent dokonują niezależnie od siebie oceny pracy. Ocenie podlega m.in. związek treści z tytułem pracy, opanowanie techniki pisania pracy dyplomowej oraz poprawności stylistyczno-językowej, nowe ujęcie problemu/tematyki, dobór oraz wykorzystanie źródeł. W celu zapewnienia

praktycznego charakteru prac dyplomowych wybrane kryteria oceny prac traktowane są jako „krytyczne”, tj. w przypadku wystawienia oceny negatywnej za którykolwiek z tych aspektów pracy dyplomowej recenzja pracy (ocena) nie może być pozytywna – są to: ocena praktycznego charakteru pracy oraz merytoryczna ocena zawartości pracy.

Drugim etapem kontroli końcowej jest ustny egzamin dyplomowy, który obejmuje: zaprezentowanie pracy dyplomowej przez studenta, dyskusję dotyczącą wybranego tematu z zakresu prezentowanej pracy dyplomowej oraz odpowiedź studenta na pytanie problemowe z zakresu kierunkowych efektów uczenia się.

Podstawowymi sposobami dokumentowania efektów uczenia się osiągniętych przez studenta na różnych etapach procesu kształcenia są: prace egzaminacyjne i zaliczeniowe, zrealizowane projekty, dzienniki praktyk, praca dyplomowa. W celu zabezpieczenia tej dokumentacji osoby prowadzące zajęcia zobowiązane są do przekazywania prac etapowych studentów do wyznaczonych jednostek organizacyjnych Uczelni, gdzie prace są przechowywane przez 2 lata. Dokumentacja praktyk zawodowych jest przechowywana przez Biuro Praktyk Zawodowych, a prace dyplomowe są przechowywane w systemie informatycznym Uczelni.

Katalog przedmiotów

Niniejszy rozdział zawiera informacje o przedmiotach zawartych w planie studiów dla kierunku *Grafika komputerowa i produkcja multimedialna* studia pierwszego 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 ogólnouczelniane

Język obcy

Wymagania wstępne (wynikające z następstwa przedmiotów):

- brak

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.
- Struktury gramatyczne zgodne z podręcznikiem obowiązującym na danym poziomie.
- 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.
- Ćwiczenie rozumienia tekstu ze słuchu zgodnie z podręcznikiem obowiązującym na danym poziomie.
- 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.
- 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.
- Słownictwo podstawowe dotyczące życia codziennego.
- Studium przypadku, webquests, wybrane typy sytuacji komunikacyjnych.
- Treści gramatyczne zgodnie z poziomem treści kształcenia w ramach laboratorium.
- Opracowanie na podstawie wybranych materiałów z zakresu studiowanego kierunku: streszczenia zagadnienia (własnymi słowami), zestawu pytań do materiałów, glosariusza.
- Przeprowadzenie analizy zagadnienia z przedstawieniem swojego punktu widzenia i podkreśleniem najistotniejszych kwestii oraz opracowanie glosariusza na podstawie wybranych materiałów z zakresu studiowanego kierunku.

Komunikacja międzykulturowa

Wymagania wstępne (wynikające z następstwa przedmiotów):

- brak

Treści kształcenia:

- Komunikacja międzykulturowa - podstawowe pojęcia, teorie, definicje. Komunikowanie jako proces. Sylwetka naukowa E. Halla, twórcy komunikacji międzykulturowej. Kompetencje kulturowe a komunikowanie
- Język i jego wpływ na komunikowanie w środowisku międzykulturowym. Teza Sapira-Whorfa i jej znaczenie dla komunikacji międzykulturowej. Komunikacja werbalna i niewerbalna w różnych kulturach
- Modele analizowania kultur: Kluckhohna-Strodtbecka, Trompenaarsa i Hampden-Turnera, E. Halla, R. Gestelanda

- Różnice kulturowe jako źródło barier w komunikacji międzykulturowej. Wymiary kultur G. Hofstede, cechy kultur wybranych krajów. Koncepcja dynamizmu konfucjańskiego. Prawa człowieka, w tym zagadnienie równości płci, w kontekście różnic międzykulturowych
- Podstawowe pojęcia z zakresu psychologii międzykulturowej; kontekst ekokulturowy; wartości jako podstawowy element motywujący w życiu jednostek

Socjologia

Wymagania wstępne (wynikające z następstwa przedmiotów):

- brak

Treści kształcenia:

- Pojęcie struktury społecznej – problemy definicyjne, podstawowe typologie; instytucja społeczna – organizacja społeczna – struktura społeczna
- Mikrostruktury i makrostruktury społeczne; relacje jednostka-zbiorowość; problem tożsamości społecznej; role grupowe; schematy komunikacyjne
- Zmiana społeczna; aktorzy społeczni; globalne trendy społeczne
- Współczesne organizacje

Etyka

Wymagania wstępne (wynikające z następstwa przedmiotów):

- brak

Treści kształcenia:

- Przedstawienie problematyki właściwej dla etyki normatywnej, opisowej, stosowanej i metaetyki.
- Przedstawienie problemowe najważniejszych zagadnień etycznych: koncepcji, kierunków, sposobów uzasadniania wartości i norm, źródeł systemów etycznych; praktycznych implikacji.
- Prezentacja głównych stanowisk etycznych z historii etyki.
- Prezentacja podstawowych zagadnień rozważanych w ramach etyki feministycznej, środowiskowej, zmian klimatycznych.
- Przedstawienie najważniejszych zagadnień bioetycznych oraz problematyki etycznej badań naukowych.

Filozofia

Wymagania wstępne (wynikające z następstwa przedmiotów):

- brak

Treści kształcenia:

- Wprowadzenie do myślenia filozoficznego. Filozofia a nauka. Poznanie prawdy w nauce. Rola punktu widzenia i społecznego konstruowania wiedzy.
- Filozofia a różne punkty widzenia i perspektywy w historii i współcześnie. Problem rasizmu i dyskryminacji w europocentrycznej filozofii.
- Filozofia a medycyna – wybrane zagadnienia z zakresu problematyki biomedycznej w filozofii.
- Filozofia feministyczna, rozumienie płci biologicznej i gender w świetle filozofii.
- Zagadnienia antropologii filozoficznej, filozofii społecznej i politycznej, wybrane zagadnienia filozofii kultury.
- Podstawowe zagadnienia filozofii współczesnej ze szczególnym uwzględnieniem filozofii feministycznej, postkolonialnej i multikulturowej.

Bezpieczeństwo i higiena cyfrowa

Wymagania wstępne (wynikające z następstwa przedmiotów):

- brak

Treści kształcenia:

- Kultura informacyjna i dezinformacja w erze algorytmów:

- Podstawowe pojęcia: kultura informacyjna, alfabetyzacja informacyjna, infodemia.
- Postprawda: przyczyny, przejawy, skutki dla debaty publicznej i społeczeństwa obywatelskiego.
- Fake news: geneza, mechanizmy rozprzestrzeniania, ekonomia uwagi.
- Dezinformacja wspomagana przez GenAI — deepfake, syntetyczne treści, „content farms” oparte na LLM; jak odróżniać treści wygenerowane od autentycznych.
- Prywatność danych i bezpieczeństwo w świecie cyfrowym:
 - Ślad cyfrowy, dane osobowe a dane behawioralne:
 - Model biznesowy platform cyfrowych (tzw. surveillance capitalism), profilowanie i personalizacja treści.
 - Podstawy prawne: RODO, prawa użytkownika, świadoma zgoda.
 - Praktyczne zasady bezpieczeństwa: hasła, uwierzytelnianie wieloskładnikowe, ustawienia prywatności, ryzyka phishingu i socjotechniki.
 - Dane w kontekście narzędzi GenAI — co dzieje się z danymi wpisywanymi do chatbotów, ryzyka wycieku informacji poufnych.
- Higiena cyfrowa i dobrostan psychiczny:
 - Czym jest higiena cyfrowa — zasady, granice, cyfrowy detoks.
 - Smartfony, media społecznościowe a zdrowie psychiczne: mechanizmy uzależniające (nieskończony scroll, zmienne wzmocnienie).
 - Cyberstres, FOMO, postawa „always on”, wypalenie cyfrowe.
 - Wpływ na sen, koncentrację, relacje społeczne i obraz siebie (porównania społeczne).
 - Praktyczne strategie: digital wellbeing, zarządzanie powiadomieniami, świadome korzystanie.
- GenAI: szanse, zagrożenia i odpowiedzialne korzystanie:
 - Jak działają modele generatywne — podstawy w ujęciu nietechnicznym, halucynacje, ograniczenia.
 - Zagrożenia: erozja krytycznego myślenia, nadmierne zaufanie do AI, bias w danych treningowych, wpływ na edukację i pracę.
 - Aspekty etyczne: prawa autorskie, transparentność, odpowiedzialność za treści generowane przez AI.
 - Zasady odpowiedzialnego i higienicznego korzystania z GenAI — kiedy AI pomaga, kiedy szkodzi?

Podstawy ekonomii

Wymagania wstępne (wynikające z następstwa przedmiotów):

- brak

Treści kształcenia:

- Pojęcie i przedmiot ekonomii. Geneza i proces kształtowania się ekonomii jako nauki. Mikro i makroekonomia. Ekonomia pozytywna i normatywna.
- Pojęcie, funkcje i mechanizmy rynkowe. Popyt i determinanty popytu. Podaż i determinanty podaży. Równowaga rynkowa.
- Ekonomiczne aspekty prowadzenia działalności gospodarczej. Koszty w przedsiębiorstwie. Struktury rynkowe.
- Obieg okrężny i mierniki efektu społecznego. Wzrost i rozwój gospodarczy.
- Rynek pracy, bezrobocie, inflacja w gospodarce.
- Rynek pieniądza i wybrane instytucje rynku finansowego.
- Znaczenie gospodarcze równości płci.

Podstawy prawa

Wymagania wstępne (wynikające z następstwa przedmiotów):

- brak

Treści kształcenia:

- Prawo a inne porządki normatywne. Funkcje prawa. Podstawowe pojęcia z wybranych gałęzi prawa.
- Wybrane zagadnienia z prawa konstytucyjnego: organy władzy ustawodawczej, wykonawczej, sądowniczej, prawa i wolności obywatelskie, równość wobec prawa.
- Stosunek prawny. Czynności prawne.
- Prawo umów. Wybrane umowy cywilnoprawne.

- Odpowiedzialność deliktowa i kontraktowa. Podstawy prawa rzeczowego. Własność.
- Stosunek pracy. Umowa o pracę i niepracownicze formy zatrudnienia. Równość w zatrudnieniu.
- Prawa i obowiązki pracownika oraz pracodawcy.
- Podstawy prawa i postępowania administracyjnego. Wykonywanie zadań z zakresu administracji, organ administracyjny. Zasady postępowania administracyjnego.

Osobisty model biznesowy

Wymagania wstępne (wynikające z następstwa przedmiotów):

- Brak

Treści kształcenia:

- *Autorefleksja – analiza zasobów osobistych*: Poszukiwanie swojego DLACZEGO i odkrywanie kluczowych elementów tożsamości zawodowej poprzez analizę zainteresowań, osobowości, umiejętności i wartości. Określenie własnych preferencji dotyczących środowiska pracy. Określenie tożsamości zawodowej w oparciu o zidentyfikowane preferencje i posiadane zasoby osobiste. Praca w oparciu o Moduł 1 w Booklet oraz testy dostępne na Platformie Rozwoju Kompetencji.
- *Prototypowanie wybranego stanowiska pracy – analiza ogłoszeń o pracę*: Wprowadzenie do koncepcji Osobistego Modelu Biznesowego i Kanwy Modelu Biznesowego Stanowiska (KMBS). Praca z KMBS w kontekście wybranego stanowiska pracy. Praca z ogłoszeniami jako źródłem danych do KMBS. Praca w oparciu o Moduł 2 w Booklet oraz oferty pracy dla wybranego stanowiska.
- *Prototypowanie wybranego stanowiska pracy – analiza informacji z portali kariery i narzędzi AI*: Praca z narzędziami AI (np. ChatGPT) oraz opisami na portalach kariery (m.in. onetonline.org, MyNextMove, Mapa Karier) w celu doprecyzowania i uzupełnienia informacji na temat specyfiki wybranego stanowiska. Identyfikacja typowych obowiązków, wymaganych zasobów osobistych oraz środowiska pracy. Uzupełnienie Kanwy Modelu Biznesowego Stanowiska o brakujące elementy. Praca w oparciu o Moduł 3 w Booklet.
- *Analiza luk w zasobach osobistych*: Porównanie zasobów osobistych z wymaganiami wybranego stanowiska. Identyfikacja luk w umiejętnościach, wiedzy i cechach niezbędnych do podjęcia pracy w wymarzonej branży. Analiza zgodności między preferencjami studenta a środowiskiem pracy. Opracowanie pomysłów na rozwój i plan redukcji luk kompetencyjnych. Praca w oparciu o Moduł 4 w Booklet.
- *Elevator pitch*: Przygotowanie autoprezentacji (elevator pitch) i zaprezentowanie jej na forum grupy. Sformułowanie osobistej propozycji wartości w kontekście wybranego zawodu. Powiązanie zasobów osobistych z potrzebami pracodawcy. Wygłoszenie prezentacji ustnej. Praca w oparciu o Moduł 5 w Booklet.
- *Tworzenie Plan rozwoju i indywidualizacji ścieżki edukacyjnej*: W ramach projektu każdy student opracowuje plan rozwoju i indywidualizacji swojej ścieżki edukacyjnej, bazując na wynikach pracy z bookletu oraz uzupełnionej Kanwie Modelu Biznesowego Stanowiska (KMBS). Projekt obejmuje podsumowanie analizy luk w zasobach osobistych oraz określenie kluczowych obszarów rozwoju. Student identyfikuje najważniejsze przedmioty w planie studiów oraz wybiera specjalizację, która najlepiej odpowiada jego zainteresowaniom i celom zawodowym. Uzupełnieniem projektu jest wybór dodatkowych zasobów wspierających rozwój – w tym szkoleń online, materiałów edukacyjnych, książek, wydarzeń oraz działań umożliwiających prze-testowanie wybranej ścieżki kariery w praktyce. Całość projektu ma charakter zindywidualizowany i ma na celu świadome planowanie drogi zawodowej studenta w oparciu o jego zasoby, potrzeby rynku pracy oraz własne aspiracje.

Technologia informacyjna

Część 1 przedmiotu

Wymagania wstępne (wynikające z następstwa przedmiotów):

- brak

Treści kształcenia:

- Bezpieczna obsługa przeglądarki internetowej. Obsługa programów, klucze wyszukiwania.
- Sieci komputerowe i usługi sieciowe. Rodzaje i przeznaczenie sieci. Zagadnienia bezpieczeństwa pracy w sieci. Autoryzacja użytkowników, szyfrowanie danych, certyfikaty i podpisy cyfrowe.
- Obsługa programów pocztowych i programów przesyłu danych w sieci, z uwzględnieniem zasad bezpieczeństwa w sieci.

- Praca z dokumentami tekstowymi, zapisywanie w różnych formatach plików. Wybór odpowiednich opcji w celu zwiększenia szybkości i efektywności pracy. Tworzenie i edycja dokumentów tekstowych, zastosowanie różnych formatów w celu udoskonalenia dokumentu.
- Tworzenie automatycznych spisów obiektów.
- W ramach laboratorium student zobowiązany jest do zaliczenia szkolenia bibliotecznego realizowanego na platformie e-learning, którego celem jest zapoznanie studenta z organizacją i funkcjonowaniem uczelnianego systemu bibliotecznego-informacyjnego. Zaliczenie szkolenia bibliotecznego - będące warunkiem zaliczenia laboratorium - następuje po udzieleniu prawidłowej odpowiedzi na co najmniej 60 % pytań zawartych w teście końcowym.

Część 2 przedmiotu

Wymagania wstępne (wynikające z następstwa przedmiotów):

- Technologia informacyjna, część 1

Treści kształcenia:

- Praca z arkuszami kalkulacyjnymi, zapisywanie w różnych formatach plików. Wybór odpowiednich opcji w celu zwiększenia szybkości i efektywności pracy.
- Tworzenie i edycja zawartości arkuszy kalkulacyjnych. Formatowanie danych. Zastosowanie predefiniowanych funkcji matematycznych i logicznych a także tworzenie własnych formuł.
- Dobór, tworzenie i modyfikacja wykresów. Ustawienia dokumentów do wydruku. Sprawdzanie i poprawa zawartości.

Ochrona własności intelektualnej

Wymagania wstępne (wynikające z następstwa przedmiotów):

- brak

Treści kształcenia:

- Geneza i modele ochrony własności intelektualnej.
- Wynalazki, wzory użytkowe, wzory przemysłowe oraz znaki towarowe i zasady ich ochrony.
- Bazy danych i ich ochrona.
- Przedmiot praw autorskich. Rodzaje utworów.
- Autorskie prawa osobiste i majątkowe.
- Zasady legalnego korzystania z własności intelektualnej.
- Sztuczna inteligencja a własność intelektualna.

Proseminarium

Wymagania wstępne (wynikające z następstwa przedmiotów):

- brak

Treści kształcenia:

- Etapy rozwiązywania problemu: etap dostrzegania problemu, etap analizy warunków początkowych, etap wytwarzania pomysłów rozwiązania, etap weryfikacji
- Etapy pisania pracy dyplomowej (etap określania, poszukiwań, decyzji): opracowanie planu merytorycznego (wybór problematyki, sformułowanie problemu i określenie celów pracy, sformułowanie roboczego wariantu tematu pracy, określenie harmonogram działań), analiza materiałów źródłowych, pisanie zasadniczej części pracy (struktura tekstu i znaczenie akapitu, styl i język pracy dyplomowej, przypisy – rodzaje przypisów, cytaty), ostateczna korekta zawartości pracy (opracowanie Zakończenia i ostateczna redakcja Wstępu oraz tematu pracy, sporządzenie spisu literatury, korekta językowa
- Formalne aspekty pisania pracy (zawartości instrukcji pisania pracy dyplomowej obowiązującej na Uczelni)

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.

Wyzwania cywilizacyjne

Wymagania wstępne (wynikające z następstwa przedmiotów):

- Brak

Treści kształcenia:

- Cywilizacja przemysłowa jako cywilizacja marnotrawstwa - krótki rys historyczny oraz stan obecny
- Zmiany klimatu i spadek bioróżnorodności na ziemi oraz ich antropogeniczne przyczyny
- Współpraca z Przyrodą i jej naśladowanie jako podstawa dobrostanu naszego gatunku
- Konieczne procesy naprawcze: redukcja gazów cieplarnianych
- Konieczne procesy naprawcze: kapitalny remont systemu produkcji żywności
- Zakres koniecznych zmian w gospodarce i w sposobie organizacji i funkcjonowania społeczeństwa dla jego pomyślności
- Polska a Unia Europejska i NATO. Wpływ na rozwój gospodarczy Polski i jej bezpieczeństwa
- Nowy porządek światowy i związane z nim wyzwania dla Polski i UE
- Sztuczna inteligencja (AI), media społecznościowe i nowe technologie w zdrowiu i chorobie
- Wzorce zachowań a przedwczesny zgon, otoczenie socjalne a zdrowie
- Epidemie XXI wieku: nadciśnienie tętnicze, nowotwory, otyłość, choroby zakaźne
- Zdrowie psychiczne
- Co robić aby zachować zdrowie: czy promocja zdrowia wystarczy?
- Funkcje żywności, jej rodzaje, wartość zdrowotna oraz choroby o podłożu żywieniowym
- Zasady zdrowego żywienia, źródła zagrożeń zdrowotnych żywności oraz rodzaje diet w profilaktyce wybranych chorób cywilizacyjnych

Przedmioty podstawowe**Research i factchecking**

Wymagania wstępne (wynikające z następstwa przedmiotów):

- brak

Treści kształcenia:

- Informacja i informacja medialna. Właściwości informacji medialnej. Klasyfikacja źródeł informacji, specyfika treści cyfrowych. Agencje informacyjne.
- Akty prawne i kodeksy etyczne w kontekście zbierania, przetwarzania i publikowania informacji. Tajemnica zawodowa. Informacja publiczna i jej zasoby.
- Informacja biblioteczna i naukowa. Jak szukać wiarygodnych danych?
- Internet jako źródło informacji. Bazy danych, metawyszukiwarki i zaawansowane narzędzia wyszukiwania. Surface web, deep web i dark web.
- Narzędzia AI jako źródło informacji.

- Wiarygodność informacji w sieci. Open source, bańki filtrujące, uczenie maszynowe, silniki rekomendacyjne.
- Open source i crowdsourcing jako metody pozyskiwania i selekcjonowania informacji.
- Poszukiwanie informacji w pracy projektanta - zasoby elementów graficznych typu banki zdjęć, fontów, audio, etc. Wykształcenie umiejętności poprawnego korzystania z zasobów.
- Zbieranie i weryfikowanie danych na potrzeby tworzenia wizualizacji danych i grafik informacyjnych.

Współczesne media

Wymagania wstępne (wynikające z następstwa przedmiotów):

- brak

Treści kształcenia:

- System medialny: definicja. Podstawowe doktryny medialne i rodzaje systemów medialnych. Rynek mediów: uwarunkowania: prawne, instytucjonalne, ekonomiczne.
- System medialny w Polsce; regulacje dotyczące mediów cyfrowych, platform streamingowych i mediów społecznościowych; rola KRRiT w erze Internetu. Struktura, tendencje i zjawiska: konkurencji, segmentacji, konwergencji, tabloidyacji. Przekształcenia rynku mediów i jego struktury.
- Media publiczne, komercyjne i niezależni twórcy - specyfika, rola, konkurencja i koegzystencja.
- Transformacja mediów - od tradycyjnych nadawców do twórców internetowych; cyfryzacja, media on-demand, personalizacja treści; od cenzury, przez wolne media, do mediów internetowych.
- Rynek prasowy, audio-wizualny, internetowy i mobilny.
- Procesy koncentracji, konwergencji, globalizacji i algorytmizacji mediów.
- Koncerny medialne w Polsce.
- Procesy koncentracji, komercjalizacji, konwergencji i globalizacji mediów na świecie.
- Kluczowe pojęcia współczesnych mediów, m.in. fake news, bańki informacyjne, clickbait, rekomendacje algorytmiczne, influencer marketing.
- Media społecznościowe - formaty, algorytmy, rola w komunikacji, marketingu i kreacji wizerunku.
- Zmiany pokoleniowe w odbiorze mediów - różnice w stylu konsumpcji, preferencjach i zaufaniu do źródeł informacji.
- Statystyki i badania konsumpcji mediów: oglądalność, słuchalność, zaangażowanie, analityka danych i metody pomiaru.

Zarządzanie projektem

Wymagania wstępne (wynikające z następstwa przedmiotów):

- brak

Treści kształcenia:

- Najważniejsze definicje i pojęcia związane z zarządzaniem projektem (m.in. projekt, program, portfel, cykl życia projektu, trójkąt zarządzania projektem, zarządzanie projektem, projekt a proces). Definiowanie tematów projektów i określanie ich celów.
- Inicjacja projektu: struktura briefu projektowego, definiowanie interesariuszy w projekcie, praca z mapą interesariuszy oraz określanie strategii radzenia sobie z zidentyfikowanymi interesariuszami.
- Elementy procesu planowania projektu. Planowanie zakresu projektu (etapów pracy) z wykorzystaniem narzędzia Struktura Podziału Pracy (WBS).
- Zarządzanie czasem w projekcie z wykorzystaniem harmonogramu Gantta.
- Szacowanie zasobów z uwzględnieniem zasobów osobowych oraz rzeczowych, przydzielanie zasobów do działań i tworzenie budżetu projektu.
- Realizacja projektu. Kompetencje i role w zespole projektowym. Zarządzanie zespołem projektowym. Narzędzia śledzenia postępu realizacji projektu.
- Prezentacje projektów studenckich.

Historia sztuki

Wymagania wstępne (wynikające z następstwa przedmiotów):

- brak

Treści kształcenia:

- Podstawowe definicje związane z historią sztuki,
- Chronologiczne ujęcie najważniejszych kierunków, nurtów, tendencji wraz z analizą wybranych dzieł sztuki,
- Najważniejsi polscy i światowi artyści i ich dzieła,
- Kanony piękna, źródła kultury europejskiej,
- Sztuka XX i XXI wieku,
- Człowiek jako twórca i odbiorca kultury,
- Sztuka popularna i masowa,
- Sztuka użytkowa - design.

Badania użytkowników

Wymagania wstępne (wynikające z następstwa przedmiotów):

- brak

Treści kształcenia:

- Kontekst rynkowy i produktowy projektów interaktywnych (gry, aplikacje, media cyfrowe) - uwarunkowania prawne, biznesowe i technologiczne wpływające na projektowanie i badania użytkowników.
- Rynek mediów cyfrowych i interaktywnych w Polsce - uwarunkowania prawne, ekonomiczne i instytucjonalne; podmioty rynku medialnego jako zleceniodawcy projektów interaktywnych i multimedialnych
- Rola badań użytkowników w procesie projektowania graficznego, multimedialnego i interaktywnego (aplikacje, strony internetowe, animacja, projekty wizualne, gry, wizualizacje, AR/VR).
- Segmentacja użytkowników oraz definiowanie grup docelowych (profile użytkowników, persony, scenariusze użycia).
- Metody i techniki badań użytkowników - metody jakościowe i ilościowe (m.in. wywiady, obserwacje, ankiety, testy użyteczności, testy prototypów).
- Analiza danych o odbiorcach i użytkownikach (statystyki oglądalności, odsetek, czasu interakcji, ścieżek użytkownika) oraz ich interpretacja.
- Instytucjonalne i komercyjne źródła danych o odbiorcach treści cyfrowych (np. firmy realizujące badania oglądalności i zachowań użytkowników).

Podstawy komunikacji marketingowej

Wymagania wstępne (wynikające z następstwa przedmiotów):

- brak

Treści kształcenia:

- Marketing jako sposób myślenia i działania na rynku, miejsce rynku w procesach gospodarowania, istota orientacji rynkowej firmy, menedżerski charakter koncepcji marketingu, funkcje i znaczenie marketingu, marketing a inne sposoby działania na rynku, koncepcje marketingu-mix, sfera badawcza marketingu
- System komunikacji marketingowej, istota komunikacji marketingowej, zakres zintegrowanej komunikacji marketingowej (ZKM), czynniki sprzyjające rozwojowi KM, planowanie strategii komunikowania
- Podstawowe elementy promotion-mix, w tym instrumenty aktywizacji sprzedaży (ich funkcje oraz wady i zalety), sprzedaż osobista, programowanie działań promocyjnych, reklama oraz funkcje zewnętrzne i wewnętrzne public relations, ze szczególnym uwzględnieniem prezentacji oferty kreatywnej
- Formy reklamy z uwzględnieniem specyfiki branży kreatywnej: reklama prasowa, radiowa, telewizyjna i wideo, reklama internetowa oraz reklama zewnętrzna (outdoor)
- Rynek reklamy i mediów w Polsce i na świecie. Aktualne trendy w reklamie (wizualnej, tradycyjnej i cyfrowej). Dobór mediów z punktu widzenia projektanta
- Elementarne zasady marketingu. Komunikacja marketingowa - istota i proces projektowania. System komunikacyjny przedsiębiorstwa. Etapy prowadzenia polityki komunikacyjnej. Wizerunek oraz system identyfikacji firmy. Ocena skuteczności działań promocyjnych
- Reklama: definicje, typologie, procesy projektowania kampanii reklamowych, instrumenty reklamy w mediach masowych. Zasady dobrej reklamy. Public relations: istota, funkcje, odbiorcy. Zakres działań public

relations. Elementy tworzące wizerunek przedsiębiorstwa. Etapy tworzenia i utrzymania pozytywnego wizerunku. Współpraca z mediami

- Mierniki efektywności kampanii reklamowych. Metody oceny skuteczności działań promocyjnych
- Komunikacja marketingowa w Internecie. Nawiązywanie relacji i budowanie zaufania przez social media. Rodzaje reklamy internetowej
- Projektowanie kampanii marketingowo-promocyjnej z uwzględnieniem określenia grupy docelowej, stworzenie strategii komunikacji marketingowej, kanałów promocji i technik reklamowych - praca w grupie. (Auto)prezentacja projektu
- Kurs e-learning: kurs stanowi uzupełnienie zajęć wykładowych i ćwiczeniowych. Jego celem jest zapoznanie studentów z uzupełniającymi narzędziami i formami komunikowania marketingowego takimi jak: opakowanie produktu, merchandising, komunikacja wizualna, wystawiennictwo, sponsoring, komunikacja nieformalna

Przedmioty kierunkowe i specjalnościowe

Pracownia technik projektowania i technik przekazu

Wymagania wstępne (wynikające z następstwa przedmiotów):

- Grafika rastrowa, Grafika wektorowa, Pracownia projektowania graficznego

Treści kształcenia:

- Podstawy dostępności cyfrowej i projektowej (m.in. zasady WCAG)
- Użytkownik jako odbiorca projektu graficznego - zróżnicowanie grup odbiorców, ich potrzeby, kompetencje cyfrowe, ograniczenia trwałe, czasowe i sytuacyjne oraz wpływ tych czynników na odbiór projektu wizualnego i interaktywnego.
- Techniki przekazu wizualnego: storytelling wizualny, komunikacja wizualna, dane wizualne. Storytelling wizualny a komunikacja skrótowa w sytuacjach wymagających szybkiej percepcji.
- Identyfikacja wizualna jako system funkcjonalny (elementy identyfikacji wspierające komunikację). Analiza i optymalizacja istniejących rozwiązań projektowych pod kątem błędów komunikacyjnych i dostępności
- Doszkalanie procesu twórczego - przypomnienie zagadnienia, przygotowywanie dokumentacji.
- Nauka pracy nad rozpoczętym już projektem graficznym i kontynuacji pracy w ramach obranej przez inną osobę koncepcji, w celu nauki dostosowywania się do zastanych ram stylistycznych. Wykorzystywanie praktycznej wiedzy z obszaru projektowania graficznego w celu poprawy zastanych błędów technicznych i projektowych.
- Zapoznanie Studentów z zasadami tworzenia przejrzystych i czytelnych przekazów wizualnych na przykładzie m.in. identyfikacji wizualnej miasta, wybranej placówki użyteczności publicznej lub projektu wizualizacji informacji, które mają być czytane i rozumiane w sytuacjach skrajnie niebezpiecznych (safety instruction board i jego odpowiedniki).

Grafika rastrowa

Wymagania wstępne (wynikające z następstwa przedmiotów):

- brak

Treści kształcenia:

- Podstawy obrazu rastrowego - piksele, rozdzielczość, głębia kolorów, barwy RGB, cechy, zastosowanie.
- Grafika rastrowa vs. wektorowa.
- Formatowanie i kompresja plików rastrowych - JPEG, PNG, GIF, TIFF, PSD; różnice i zastosowania.
- Interfejs oprogramowania do grafiki rastrowej.
- Narzędzia selekcji, warstwy, maski, filtry, balans bieli, poziomy, krzywe - zadania praktyczne.
- Łączenie obrazów, blending, tryby mieszania, efekty świetlne i cieniowanie - zadania praktyczne.
- Przegląd zastosowań grafiki rastrowej w sztuce, reklamie i mediach; analiza wybranych przykładów z perspektywy estetycznej i kulturowej
- Zadania praktyczne wykorzystujące umiejętności techniczne, znajomość oprogramowania i kształtujące estetykę i poprawność komunikatu wizualnego.

Grafika wektorowa

Wymagania wstępne (wynikające z następstwa przedmiotów):

- brak

Treści kształcenia:

- Podstawy obrazu wektorowego - budowa, cechy, zastosowanie. Barwy CMYK.
- Ilustracja wektorowa jako forma kreacji artystycznej - tradycja ilustracji a współczesne narzędzia cyfrowe; przegląd stylów i zastosowań w nowych mediach
- Podstawy przygotowania plików do druku i cięcia - formaty SVG, PDF, EPS; spady, kolory Pantone, krzywe.
- Interfejs oprogramowania do grafiki wektorowej.
- Krzywe Béziera, węzły, ścieżki, kontury i wypełnienia, tworzenie i edycja kształtów - zadania praktyczne.
- Ilustracja wektorowa, projektowanie elementów UI, przyciski, ikony, layouty - zadania praktyczne.
- Zadania praktyczne wykorzystujące umiejętności techniczne, znajomość oprogramowania i kształtujące estetykę i poprawność komunikatu wizualnego.

Pracownia projektowania graficznego

Wymagania wstępne (wynikające z następstwa przedmiotów):

- brak

Treści kształcenia:

- Podstawy języka wizualnego - kolor, linia, plama, kształt, skala i proporcja jako fundamenty projektowania graficznego; hierarchia wizualna i praca z siatkami projektowymi
- Proces twórczy - etapy procesu twórczego; sposoby poszukiwania inspiracji i rozwijania kreatywności; myślenie abstrakcyjne i poszukiwanie innowacyjnych rozwiązań
- Analiza i krytyczna ocena projektów - oglądanie i omawianie prac znanych projektantów oraz prac innych studentów jako element kształcenia wrażliwości estetycznej i umiejętności argumentowania decyzji projektowych
- Ćwiczenia praktyczne - komponowanie obrazu z uwzględnieniem koloru, kształtu i hierarchii; zadania manualne i cyfrowe kształtujące umiejętności estetycznego projektowania
- Ćwiczenia praktyczne - prace sprawdzające umiejętności kompozycji, kreatywnego podejścia do tematu oraz tworzenia dzieła artystycznego z zastosowaniem zdobytej wiedzy

Pracownia fotografii cyfrowej

Wymagania wstępne (wynikające z następstwa przedmiotów):

- Grafika rastrowa

Treści kształcenia:

- Omówienie podstawowej budowy aparatu i obiektywu
- Wyjaśnienie pojęć stosowanych w fotografii. Zagadnienia: trójkąt ekspozycji, głębia ostrości, ogniskowa, histogram
- Podstawowa obróbka zdjęć - praca z plikami RAW i jpg
- Praca z aparatem fotograficznym lub urządzeniami mobilnymi w zróżnicowanych warunkach oświetleniowych (światło naturalne i sztuczne/studyjne)
- Omówienie zasad kompozycji, rodzaju tematyki i formatów zapisu w fotografii oraz ich zastosowania w praktyce
- Ćwiczenia praktyczne rozwijające umiejętności techniczne i artystyczne w fotografii, uwzględniające analizę i świadome kształtowanie obrazu

Digital painting (ang)

Wymagania wstępne (wynikające z następstwa przedmiotów):

- Grafika rastrowa, Grafika wektorowa, Rysunek i kompozycja

Treści kształcenia:

- Wprowadzenie do pracy z oprogramowaniem i narzędziami w kontekście malarstwa cyfrowego
- Ćwiczenia wprowadzające, nastawione na naukę narzędzi
- Ćwiczenia studyjne, poszerzające umiejętności rysunkowo-malarskie w środowisku cyfrowym

- Praca z natury, fotografii, materiałów referencyjnych
- Samodzielne, zaawansowane zadanie kreatywne. Przykładowo: scena pejzażowa w czterech wariantach, różniących się oświetleniem, porą dnia, pogodą, klimatem, itp.

Projektowanie opakowań

Wymagania wstępne (wynikające z następstwa przedmiotów):

- Grafika wektorowa, Grafika rastrowa, Pracownia projektowania graficznego, Pracownia technik projektowania i technik przekazu, DTP

Treści kształcenia:

- Wprowadzenie do projektowania opakowań - proces powstawania opakowania: od koncepcji i źródeł inspiracji, przez projektowanie na potrzeby różnych rynków, po analizę przykładów i studiów przypadku; style graficzne i trendy
- Materiały i konstrukcja opakowań - właściwości i rodzaje materiałów, projektowanie wykrojników i makiet
- Kształt, kolor i odbiór opakowania - psychologia kształtu i koloru, funkcje informacyjne i promocyjne, doświadczenie użytkownika
- Zrównoważone projektowanie i wymagania prawne - ekoprojektowanie, recykling i upcykling, cykl życia opakowania; wymagania prawne dotyczące etykiet i opakowań produktów spożywczych, kosmetycznych i innych
- Zadania praktyczne - projektowanie i wykonanie wykrojnika, prototypowanie opakowania; zadania kształtujące umiejętność łączenia kreacji artystycznej z funkcją użytkową i wymogami rynkowymi

Prawo autorskie i prawo reklamy

Wymagania wstępne (wynikające z następstwa przedmiotów):

- Ochrona własności intelektualnej, Podstawy prawa

Treści kształcenia:

- Prawo autorskie - pojęcie, zakres i przedmiot ochrony; autorstwo utworu i podmioty prawa autorskiego; zasady ochrony prawnoautorskiej utworów
- Prawa autorskie osobiste i majątkowe - odpowiedzialność za ich naruszenie; wykonywanie praw autorskich
- Korzystanie z cudzych utworów - dozwolony użytek i inne przypadki legalnego korzystania; licencjonowanie i zbycie praw autorskich; umowy prawa autorskiego; prawa pokrewne; zbiorowe zarządzanie prawami autorskimi; prawnoautorska ochrona wizerunku
- Prawo reklamy - specyfika; reklama jako czyn nieuczciwej konkurencji i nieuczciwa praktyka rynkowa
- Zasady reklamy wybranych produktów i usług - środki spożywcze, lecznicze, wyroby tytoniowe, napoje alkoholowe; gry i zakłady wzajemne, usługi prawnicze, finansowe i medyczne
- Reklama w mediach i wykorzystanie wizerunku osoby w reklamie
- Analiza kazusów - praktyczne zastosowanie wiedzy z zakresu prawa autorskiego i prawa reklamy w kontekście branży kreatywnej i multimedialnej

DTP

Wymagania wstępne (wynikające z następstwa przedmiotów):

- Grafika rastrowa, Grafika wektorowa, Pracownia projektowania graficznego, Pracownia technik projektowania i technik przekazu, Typografia

Treści kształcenia:

- Podstawy DTP - definicja, terminologia; rodzaje druku: offsetowy i cyfrowy, wady i zalety; kolor w DTP
- Przygotowanie do druku - aspekty techniczne przygotowywanych plików; uszlachetnienia wydruków i przygotowanie masek; falcowanie wydruków; wykrojniki i makiety
- Skład tekstu - zasady i wskazówki składu; komponowanie tekstu i praca z literą w kontekście projektów drukowanych
- Praca z oprogramowaniem DTP - praktyczne zastosowanie narzędzi graficznych; tworzenie poprawnych plików do druku, praca z nimi oraz poprawny zapis

- Zadania praktyczne - projekty wykorzystujące wiedzę techniczną i estetyczną: przygotowanie plików do druku, falcowanie, uszlachetnienia, praca z wykrojnikami i makietami; skład i komponowanie tekstu

AI w kreacji multimedialnej

Wymagania wstępne (wynikające z następstwa przedmiotów):

- brak

Treści kształcenia:

- Teoria generatywnej sztucznej inteligencji (GenAI).
- Podstawy prawne i etyczne stosowania GenAI w kreacji wizualnej.
- Przegląd dostępnych rozwiązań z zakresu GenAI (obraz, animacja i wideo, 3D).
- Kreatywne zastosowanie GenAI. Omówienie i analiza przykładów.
- Zadanie: wyszukanie, opis i analiza wybranego przypadku zastosowania GenAI w multimedialnych.
- Przegląd dostępnych narzędzi GenAI w oprogramowaniu graficznym (Adobe i inne).
- Zadanie ćwiczeniowe: obraz 2D. Obraz z tekstu oraz innego obrazu. Np. kreacja storyboardu do przerywnika fabularnego w grze lub do animacji.
- Zadanie ćwiczeniowe: animacja i wideo. Wprawianie w ruch zdjęć i grafik, kreacja wideo z prompta. Np. stworzenie klipów wideo ze zdjęć wykonanych na Uczelni.
- Zadanie ćwiczeniowe: grafika 3D. Model z tekstu, ze zdjęcia, z własnej grafiki. Np. stworzenie zestawu postaci, przedmiotów, broni. Przekształcenie swojego autorskiego rysunku w model 3D.
- Podsumowanie pracy z GenAI, wrażenia i przemyślenia. Dyskusja na forum grupy.

Typografia

Wymagania wstępne (wynikające z następstwa przedmiotów):

- brak

Treści kształcenia:

- Wprowadzenie do historii literatury i typografii, podstawowe pojęcia typograficzne, dotyczące zwłaszcza czcionek cyfrowych - fontów i zasad oraz możliwości posługiwania się nimi, rozróżniania ich pod kątem trendów, historii, stylu, czytelności, estetyki
- Litera jako znak informacyjny i jako kształt graficzny, kształtowanie świadomości studentów i studentek n.t. bazowej roli liter w procesie tworzenia różnorodnych projektów graficznych w przestrzeni grafiki użytkowej i artystycznej.
- Znak literowy, a znak graficzny - różnorodne sposoby komunikacji wizualnej, wprowadzenie do projektowania znaków graficznych, logotypów, piktogramów oraz architektury informacji i wayfinding-u
- Kroje pisma w designie - dobre i złe praktyki,
- Omówienie charakterystyki czcionek cyfrowych - fontów, zasad oraz możliwości posługiwania się nimi.
- Jak ludzie czytają? - analiza procesów optycznych, psychologicznych i estetycznych oraz ich praktyczne przełożenie na projekty graficzne różnego rodzaju, świadoma manipulacja granicami czytelności pisma i jego funkcji w projekcie
- Projekty praktyczne wykorzystujące przede wszystkim grafikę wektorową obejmujące pracę z pojedynczymi lub kilkoma znakami literowymi oraz większą ilością zwartego tekstu w łamach.
- Ćwiczenia praktyczne manualne wykorzystujące kształt litery.
- Zadania praktyczne mające na celu wytworzenie dzieła artystycznego, pracę nad kreatywnością, kształtującą umiejętności rozumienia literatury, łączenia różnych elementów, kolorów, etc.
- Wprowadzenie do oprogramowania graficznego z obszaru DTP - praca z narzędziami programu do zaawansowanej edycji tekstu oraz tworzenia dokumentów jedno i wielostronicowych. Hierarchia wizualna tekstu i obrazu w różnego rodzaju projektach graficznych.

Podstawy grafiki trójwymiarowej

Wymagania wstępne (wynikające z następstwa przedmiotów):

- brak

Treści kształcenia:

- Wprowadzenie do oprogramowania 3D. Pokaz możliwości oprogramowania, omówienie zasad tworzenia grafiki trójwymiarowej oraz jej możliwe pola zastosowań

- Operowanie podstawowymi bryłami i nawigować w środowisku trójwymiarowym
- Modelowanie z wykorzystaniem brył. Podstawy polymodelingu - praca na siatce: Extrude, Insert, Bevel, Knife, Bridge
- Non-destructive modeling - posługiwanie się modyfikatorami Mirror, Subdivision surface, Solidify, Boolean, Bevel
- Wprowadzenie do pracy z wirtualnymi kamerami i oświetleniem w środowisku 3d i rendering
- Podstawowe ustawienia materiałów i wprowadzenie do map UV
- E-learning - Kurs stanowi uzupełnienie zajęć Laboratoryjnych. Jego celem jest zapoznanie studentów z podstawami grafiki trójwymiarowej w programie Blender

Pracownia animacji

Wymagania wstępne (wynikające z następstwa przedmiotów):

- Grafika rastrowa, Grafika wektorowa, Rysunek i kompozycja

Treści kształcenia:

- Historia i teoria animacji - podstawy teoretyczne, kluczowe momenty w historii animacji, wpływ różnych kultur i tradycji na jej rozwój; współczesne zastosowania animacji (reklamy, filmy, seriale, UX, gry komputerowe, symulacje)
- Techniki animacji i storyboard - przegląd technik tradycyjnych i cyfrowych; storyboard jako narzędzie planowania animacji z uwzględnieniem ruchów kamery, kierunku poruszania się obiektów i rysu fabuły
- Wprowadzenie do oprogramowania - interfejs i funkcje służące animacji
- Praca z projektem - przenoszenie wieloelementowych obiektów wektorowych i rastrowych (np. postaci) do środowiska animacji; budowa sceny i studium przypadków
- Ćwiczenia techniczne - kreowanie ruchu, tempa oraz zasad fizycznych warunkujących animację obiektów przy użyciu dostępnego oprogramowania
- Zadania praktyczne - świadome budowanie ruchomego obrazu wizualnego z uwzględnieniem treści i przekazu; wyrażanie idei za pomocą ruchomych obrazów z zachowaniem estetyki, jakości wykonania oraz kreatywnego podejścia z zastosowaniem metafory i symboliki

Pracownia wideo

Wymagania wstępne (wynikające z następstwa przedmiotów):

- Grafika rastrowa, Grafika wektorowa, Obróbka dźwięku

Treści kształcenia:

- Podstawy produkcji wideo - terminologia, sprzęt do rejestrowania obrazu; plany filmowe i podstawowe ruchy kamery
- Środowisko studyjne i narracja - praca w środowisku studyjnym z urządzeniem rejestrującym obraz; etapy tworzenia scenariusza filmowego i narracji; świadome planowanie ujęć z uwzględnieniem oczekiwań odbiorców
- Edycja i montaż - praca ze specjalistycznym oprogramowaniem do edycji materiałów audiowizualnych; montaż filmowy, świadome łączenie dźwięku z obrazem
- Color grading i audio - color correction i color grading; dobór ścieżki audio zgodnie z przeznaczeniem treści wizualnej
- Spójność i dystrybucja przekazu - zachowanie spójności wizualnej i narracyjnej materiału; przygotowanie materiałów do publikacji na platformach cyfrowych
- Przegląd platform dystrybucji materiałów wideo - specyfika, algorytmy, rola w systemie medialnym i wymagania techniczne
- Zadania praktyczne - rejestracja obrazu, kadrowanie, montaż filmowy; samodzielna realizacja materiału wideo od nagrania po finalny montaż

Pracownia typografii

Wymagania wstępne (wynikające z następstwa przedmiotów):

- Typografia, Grafika rastrowa, Grafika wektorowa, DTP, Rysunek i kompozycja

Treści kształcenia:

- Przypomnienie i ugruntowanie zagadnień teoretycznych związanych z typografią.

- Eksperyment typograficzny - litera jako forma ekspresji, dekonstrukcja formy literackiej, praca na granicy czytelności i abstrakcji, litera jako nośnik idei; projekt z pogranicza sztuki i designu, krytyczne podejście do tekstu i formy.
- Projektowanie autorskiego kroju pisma - podstawy tworzenia fontu, budowa znaków, spójność stylistyczna, testy czytelności.
- Typografia a interakcja - projektowanie tekstu w aplikacjach, UI/UX, responsywna typografia, typografia w środowisku cyfrowym.
- Praca z typografią w języku wizualnym marki - systemy identyfikacji wizualnej, brandbooki, typografia jako nośnik tożsamości.

Obróbka dźwięku

Wymagania wstępne (wynikające z następstwa przedmiotów):

- brak

Treści kształcenia:

- Podstawy audio - sprzęt toru audio w studio, zasady funkcjonowania urządzeń do rejestracji, generowania i przetwarzania dźwięku; pojęcie jakości dźwięku, próbkowanie, rozdzielczość bitowa, formaty, kompresja i odstęp sygnału od szumu
- Praca z oprogramowaniem DAW - organizacja plików dźwiękowych, podstawy obróbki; kreacja przestrzeni dźwiękowej i pozornych źródeł dźwięku; korzystanie z bibliotek efektów dźwiękowych z uwzględnieniem praw autorskich
- Rejestracja i reżyseria dźwięku - metody rejestracji dialogów i dźwięków efektowych; podstawy reżyserii dialogów; samodzielne nagranie dialogów oraz dźwięków efektowych (foleye)
- Obróbka i postprodukcja - cięcie, korekcja, usuwanie szumów, dodawanie efektów synchronicznych; wyrównywanie poziomów, zgranie dźwięku; przygotowanie plików do postprodukcji i wykorzystania w zewnętrznych programach
- Analiza i nowe technologie - przygotowanie własnych przykładów udźwiękowienia fragmentów filmu lub gry z omówieniem zastosowanych technik; nowe technologie w tworzeniu i edycji dźwięku, w tym wybrane narzędzia AI

Rysunek i kompozycja

Wymagania wstępne (wynikające z następstwa przedmiotów):

- brak

Treści kształcenia:

- Rysunek - definicja, charakterystyka, rola w historii sztuki i współcześnie; rysunek jako podstawa wszystkich dziedzin sztuk plastycznych; techniki, metody przekazu, język plastyczny i twórcy w Polsce i na świecie
- Kompozycja - definicja, rodzaje; koncepcje proporcji, bryły, światła, przestrzeni i waloru jako fundamenty świadomego budowania obrazu
- Warsztat rysunkowy - nauka operowania narzędziami: ołówki, węgiel, tusz, cienkopis i inne
- Ćwiczenia studyjne z natury - praca z martwą naturą, postacią i abstrakcją z uwzględnieniem kompozycji, proporcji, bryły, światła i waloru
- Zadania praktyczne - tworzenie przekazu wizualnego w różnych formatach (szkicowniki, A4, A3, 100x70); ćwiczenia kreatywne rozwijające indywidualny język plastyczny

Seminarium dyplomowe

Część 1 przedmiotu

Wymagania wstępne (wynikające z następstwa przedmiotów):

- Proseminarium

Treści kształcenia:

- Opracowanie planu merytorycznego pracy dyplomowej na który składają się: analiza sytuacja początkowej (stan obecny, niedomagania, stan docelowy), określenie problemu, określenie celu i zakresu działań, ustalenie wymogów jakie musi spełniać rozwiązanie, charakterystyka koncepcji rozwiązania (zastosowane metody, narzędzia, techniki itp.) opracowanie harmonogramu działań (wykres Gantt'a), opracowanie spisu literatury wraz z przypisami

- Opracowywanie harmonogramu działań

Część 2 przedmiotu

Wymagania wstępne (wynikające z następstwa przedmiotów):

- Proseminarium, seminarium dyplomowe cz. 1

Treści kształcenia:

- Udokumentowanie przeprowadzonych działań w postaci pracy dyplomowej składającej się z następujących części: Wstęp, w tym cel, zakres i struktura pracy. Część główna pracy, podzielona na rozdziały (ewentualnie podrozdziały), dostosowana do specyfiki i przedmiotu rozwiązywanego problemu (zagadnienia), składająca się z części teoretycznej i praktycznej. Zakończenie. Literatura. Streszczenie. Załączniki.

Przedmioty kierunkowe do wyboru

Psychologia reklamy

Wymagania wstępne (wynikające z następstwa przedmiotów):

- Podstawy komunikacji marketingowej

Treści kształcenia:

- Wprowadzenie do psychologii reklamy - definicje i koncepcje reklamy, historia reklamy, rodzaje reklam; prosument - konsument XXI wieku; iluzja odporności na reklamę; wpływ reklamy na sprzedaż produktu
- Percepcja i uwaga w reklamie - spostrzeganie ponad i pod progiem percepcji, oszustwo Jamesa Vicarego; uwaga i bodźce peryferyczne, prawidłowości w percepcji reklamy; rola prawej i lewej półkuli w odbieraniu reklam; peryferyczna i centralna strategia przetwarzania informacji
- Pamięć i uczenie się w reklamie - warunkowanie klasyczne; przechowywanie i wydobywanie informacji, wskazówki przywoływania, interferencja pro i retroaktywna; pamięć jawna i utajona, pamięć autobiograficzna
- Emocje i wywieranie wpływu - emocje w reklamie: nastrój, intensywność przeżywanych emocji i skuteczność reklamy emocjonalnej; reguły i techniki wywierania wpływu na konsumentów według Cialdiniego; zasada łańcucha w marketingu mix, triki sprzedażowe związane z cenami produktów
- Skuteczność i etyka reklamy - determinanty skuteczności: atrakcyjność fizyczna, rola archetypów w kształtowaniu tożsamości marki, struktura osobowości konsumenta; badania pretestowe i badania skuteczności kampanii reklamowej; problemy etyczne: reklama podprogowa, product placement, shockvertising; reklama społeczna a zmiana postaw
- Analiza przypadku (case study) wybranej kampanii reklamowej z zastosowaniem poznanych mechanizmów psychologicznych percepcji, emocji i wywierania wpływu

Sociologia kultury

Wymagania wstępne (wynikające z następstwa przedmiotów):

- brak

Treści kształcenia:

- Podstawy socjologii kultury - pojęcie i definicje kultury; naukowe i potoczne rozumienie kultury; socjologiczne i antropologiczne podejście; procesy nabywania kultury: enkulturacja i socjalizacja; uczestnictwo w kulturze i jego uwarunkowania
- Instytucje kultury i osobowość - historyczne uwarunkowania powstania instytucji kultury, ich rodzaje i specyfika; przemiany po 1989 r.; struktura osobowości i rola czynników biologicznych, społecznych i kulturowych; wzory kulturowe a osobowość jednostek
- Rodzaje kultury i zmiany kulturowe - kultura ludowa, szlachecka, mieszczańska, wysoka i popularna; ewolucyjne i rewolucyjne zmiany kulturowe; akulturacja, dyfuzja i asymilacja; kultura narodowa i tożsamość narodowa; etnocentryzm i relatywizm kulturowy; wielokulturowość
- Subkultury i kontrkultura - warunki tworzenia się różnic społecznych i kulturowych; style życia; typologia subkultur młodzieżowych; kontrkultura i przyczyny jej powstawania
- Sztuka i nowe formy kultury - sztuka jako zjawisko społeczno-kulturowe; tworzenie, obieg i odbiór sztuki; społeczne funkcje sztuki; kultura mobilna i wirtualna; nowe formy uczestnictwa w kulturze; kicz jako zjawisko kulturowe

Infografika

Wymagania wstępne (wynikające z następstwa przedmiotów):

- Grafika rastrowa, grafika wektorowa, Pracownia projektowania graficznego

Treści kształcenia:

- Definicja infografiki, infografii, wizualizacji danych. Wskazanie różnic.
- Omówienie rodzajów infografiki wraz z przykładami.
- Budowa, kompozycja i funkcje infografiki. Zagadnienia data ink, non data ink, data density. Anatomia infografiki.
- Wizualizacja danych - dobre praktyki, praktyczne wykorzystanie i dostosowanie do infografiki. Praca z narzędziami tworzenia wykresów.
- Znaczenie kolorów, dobór odpowiednich palet kolorystycznych do przekazów wizualnych.
- Typografia i infografika. Dobre praktyki, dobór krojów liter, hierarchizacja informacji.
- Zadania praktyczne sprawdzające umiejętności konstruowania jasnego, klarownego przekazu wizualnego. Student powinien wykazać, że potrafi zastosować odpowiednią kompozycję, techniki i elementy.
- Zadanie praktyczne wykorzystujące umiejętności pozyskiwania informacji, analizy i tworzenia czytelnych wizualizacji danych. Ważnym aspektem ćwiczenia jest sposób pozyskania informacji - jego rzetelność i umiejętność przetwarzania danych liczbowych. Przedłożona grafika w sposób klarowny powinna komunikować i wizualizować opracowywaną statystykę.

Grafika ilustracyjna

Wymagania wstępne (wynikające z następstwa przedmiotów):

- Grafika rastrowa, grafika wektorowa

Treści kształcenia:

- Teoria ilustracji - definicja i charakterystyka ilustracji; ilustracja w Polsce i na świecie; techniki, metody przekazu, język plastyczny i twórcy
- Rodzaje i zastosowania ilustracji - ilustracja książkowa i prasowa jako element rozkładówki; ilustracja reklamowa; komiks jako forma ilustracyjna; ilustracja a odbiorca, w tym ilustracja dla dzieci
- Ilustracja a odbiorca i brief - dopasowanie ilustracji do potrzeb odbiorcy i wymagań briefu; dokumentacja procesu twórczego
- Warsztat i narzędzia - świadomy dobór technik, narzędzi i środków wyrazu z uwzględnieniem estetyki wykonania i specyfiki formy (książka, czasopismo, reklama)
- Zadania praktyczne - kreowanie artystycznego przekazu za pomocą ilustracji w odpowiedzi na zadany temat; praca nad ilustracją książkową, prasową i reklamową od koncepcji po finalną realizację

Historia fotografii

Wymagania wstępne (wynikające z następstwa przedmiotów):

- brak

Treści kształcenia:

- Omówienie chronologii powstawania i narodzin fotografii,
- Omówienie podstawowych gatunków fotograficznych,
- Omówienie fotografii prasowej i reporterskiej,
- Fotografia jako medium artystyczne, nurty w fotografii,
- Jakże relacje wiążą fotografię z rzeczywistością
- Fotografia podbija świat sztuki - fotografia artystyczna,
- Mistrzowie fotografii - przedstawienie artystów i ich dzieł,
- Fotografia współcześnie - rozwijające się nurty.

Marketing w mediach i branży kreatywnej

Wymagania wstępne (wynikające z następstwa przedmiotów):

- Podstawy komunikacji marketingowej

Treści kształcenia:

- Twórcy jako media - influencerzy, youtuberzy, autorzy newsletterów jako „jednoosobowe media” i ich współpraca z markami.
- Promocja twórców i marek kreatywnych - portfolio, social media, storytelling, budowanie marki osobistej, kursy i webinary organizowane przez twórców kreatywnych jako element budowania marki.
- Współpraca z mediami - materiały PR, współpraca z influencerami, publikacje, planowanie kampanii.
- Media społecznościowe jako narzędzie marketingu - strategie obecności, content plan, kampanie.
- Media jako kanały marketingowe - TV, radio, prasa, portale internetowe, podcasty, serwisy streamingowe - co oferują i jak są wykorzystywane promocyjnie.
- Podstawy content marketingu i personal branding.
- AI i automatyzacja w marketingu medialnym - personalizacja treści, dynamiczne reklamy, targetowanie.
- Komunikacja wizualna w marketingu - rola grafiki, animacji, video i estetyki w przyciąganiu uwagi.
- Optymalizacja grafik wykorzystywanych w internecie.

Projektowanie no-code

Wymagania wstępne (wynikające z następstwa przedmiotów):

- Grafika rastrowa, Grafika wektorowa, Pracownia technik projektowania i technik przekazu

Treści kształcenia:

- Wprowadzenie do zagadnienia, zapoznanie z terminologią (no-code, low-code, design systems, MVP, re-sponsywność).
- Zapoznanie z oprogramowaniem do tworzenia projektów no-code (m.in. Figma, Framer, Webflow).
- Interaktywność w projektach no-code - Projektowanie przycisków, animacji i przejść bez kodu - przykłady, możliwości, zadania praktyczne.
- Wprowadzenie do prototypowania.
- Podstawowe zasady estetyki w projektowaniu UX/UI przy użyciu narzędzi no-code.
- Zadania praktyczne mające stworzyć stronę internetową za pomocą narzędzi no-code, wykorzystując wiedzę o interakcji i użyteczności.
- Zadania praktyczne kształtujące umiejętność wykorzystania programów no-code, a także estetyki wykonania projektów.

Przygotowanie portfolio

Wymagania wstępne (wynikające z następstwa przedmiotów):

- Grafika rastrowa, grafika wektorowa, pracownia projektowania graficznego, pracownia technik projektowania i technik przekazu

Treści kształcenia:

- Portfolio - czym jest, funkcje, cechy dobrego portfolio; różnice między portfolio artystycznym, projektowym a UX/UI.
- Elementy budujące portfolio - struktura, projekt graficzny, case studies, opisy projektów, bio, kontakt.
- Analiza rynku - przegląd wymagań pracodawców, rekruterów i klientów; dostosowanie portfolio do różnych odbiorców i branż.
- Format portfolio - drukowane, cyfrowe, strona internetowa, PDF, Behance, social media (Instagram, LinkedIn).
- Personal branding - budowanie spójnego wizerunku, tone of voice, styl komunikacji wizualnej i treściowej.
- Storytelling w portfolio - jak opowiadać o projektach, żeby pokazać myślenie projektowe, rozwiązania i efekty, tworzenie autokomentarzy.
- Przegląd prac, wybór najlepszych, korekty.
- Prace nad stworzeniem własnego portfolio.

Specjalność: Branding i projektowanie interakcji

Pracownia projektowania znaku

Wymagania wstępne (wynikające z następstwa przedmiotów):

- Grafika rastrowa, Grafika wektorowa, Pracownia technik projektowania i technik przekazu

Treści kształcenia:

- Rola znaku graficznego w komunikacji wizualnej - czym jest znak, logotyp, sygnet, monogram, symbol, piktogram
- Rodzaje znaków wizualnych i zasady ich projektowania: prostota, rozpoznawalność, skalowalność; praca z siatką konstrukcyjną; negatyw, wersja monochromatyczna, użycie koloru,
- Brief projektowy - omówienie zagadnienia, istotność w procesie projektowym,
- Analiza znaków znanych marek, obserwacja cech takich jak m.in. prostota, funkcjonalność, ponadczasowość, zadanie praktyczne, case study
- Zadania praktyczne wykorzystujące umiejętność krytycznej analizy istniejących projektów oraz zaproponowanie własnych koncepcji uwzględniających najnowsze trendy, np. redesign istniejącego znaku.
- Zadanie praktyczne wykorzystujące umiejętności pracy z literą, np. znak inspirowany literą,
- Zadania praktyczne kształtujące umiejętność przekazu informacji wizualnej o konkretnym znaczeniu, ale również poszerzanie kreatywności, poszukiwanie nowych koncepcji, np. stworzenie znaku abstrakcyjnego, projektowanie piktogramów przekazujących konkretne znaczenie.

Psychofizjologia widzenia

Wymagania wstępne (wynikające z następstwa przedmiotów):

- pracownia projektowania graficznego, pracownia technik projektowania i technik przekazu

Treści kształcenia:

- Wprowadzenie do komunikacji wizualnej oraz psychofizjologii widzenia
- Odbiór koloru przez człowieka: różne interpretacje, kontrast symultaniczny, relacje pomiędzy kolorami, wrażenia jakie mogą sprawić (oddalenie, przybliżenie, mocniejsze lub mniejsze nasycenie), etc.
- Odbiór kształtów: relacje pomiędzy ułożeniem, psychologia gestaltu, etc.
- Złudzenia optyczne dot. Kształtów i kolorów, kompensacja braków informacji przez ludzki mózg.
- Kompozycja, naturalne sposoby czytania, mocne punkty obrazu, intuicyjność czytania i obserwacji obrazu.
- Wykorzystanie mechanizmów z zakresu psychofizjologii widzenia w praktyce - case study
- Prace praktyczne - wykorzystanie złudzeń optycznych wraz z innymi wybranymi mechanizmami odbioru obrazu w celu stworzenia dzieła artystycznego. Zadanie ma sprawdzić umiejętności artystyczne Studenta, kreatywność oraz zdobytą na zajęciach wiedzę.
- Prace praktyczne - praca sprawdzająca umiejętności warsztatowe Studenta, opanowanie właściwych dla przedmiotu technologii i mechanizmów. Celem jest zastosowanie elementów psychofizjologii widzenia w projektach odpowiednich dla grafiki użytkowej.

Projektowanie informacji

Wymagania wstępne (wynikające z następstwa przedmiotów):

- Grafika rastrowa, grafika wektorowa, pracownia projektowania graficznego, pracownia technik projektowania i technik przekazu

Treści kształcenia:

- Istota projektowania informacji (information design) w kontekście komunikacji wizualnej, identyfikacji marki oraz projektów interaktywnych - relacja między treścią, strukturą informacji i formą graficzną.
- Projektowanie informacji w systemach komunikacji marki (brand design): hierarchia komunikatów, spójność wizualna, ton komunikacji, czytelność przekazu w różnych kanałach (druk, web, aplikacje, media społecznościowe).
- Projektowanie informacji w interfejsach i produktach cyfrowych - struktura treści, architektura informacji, nawigacja, etykiety, mikrocopy oraz projektowanie przepływu informacji w interakcji.
- Hierarchia wizualna i typografia w projektowaniu informacji - rola siatki, kontrastu, skali, rytmu i koloru w porządkowaniu treści.
- Ocena jakości projektu informacji - testy z użytkownikami, analiza zrozumiałości komunikatu, identyfikacja barier informacyjnych oraz iteracyjne udoskonalanie projektu.
- Prace praktyczne - praca sprawdzająca umiejętności warsztatowe Studenta, opanowanie właściwych dla przedmiotu technologii i mechanizmów.

UX/UI design

Wymagania wstępne (wynikające z następstwa przedmiotów):

- Grafika rastrowa, Grafika wektorowa, Pracownia projektowania graficznego, Pracownia technik projektowania i technik przekazu

Treści kształcenia:

- Podstawy teoretyczne UI i UX - układ, typografia, kolorystyka i ikonografia w projektowaniu interfejsów; heurystyki Nielsena, design systemy i standardy projektowania; różnice między stroną internetową, aplikacją internetową a mobilną
- Metody badawcze w UX - wywiady z użytkownikami, testy użyteczności, analiza konkurencji oraz analiza danych zachowań użytkowników w interfejsach (m.in. heatmapy) jako podstawa optymalizacji doświadczenia użytkownika i efektywności działań marketingowych
- Trendy i analiza przypadków w designie interaktywnym - omówienie bieżących innowacji, typowych błędów projektowych oraz korzystnych rozwiązań UX/UI w kontekście zmieniającego się rynku
- Dostępność cyfrowa (Accessibility) w projektowaniu interfejsów - projektowanie z uwzględnieniem potrzeb wszystkich użytkowników
- Architektura informacji i narzędzia badawcze - ćwiczenia card sorting i tree testing; zapoznanie z interfejsem specjalistycznego oprogramowania (np. Figma)
- Zadania praktyczne - prototypowanie interaktywnych rozwiązań dla aplikacji i stron internetowych; prezentacja i testowanie pomysłów z uwzględnieniem zasad użyteczności i dostępności

Brand design

Wymagania wstępne (wynikające z następstwa przedmiotów):

- Grafika wektorowa, Grafika rastrowa, Pracownia projektowania znaku, Typografia

Treści kształcenia:

- Rozbudowa logo do systemu identyfikacji wizualnej
- Typografia marki: dobór fontów, liternictwo a charakter marki
- Kolorystyka marki: psychologia koloru w branding
- Motywy graficzne, tekstury, ilustracje brandowe: tło, patterny, elementy ozdobne marki
- Key Visual marki - omówienie tematu, analiza przypadków i zadania praktyczne
- Zastosowanie identyfikacji w druku: Wizytówki, papier firmowy, teczki, notesy, materiały POS
- Brand book - omówienie tematu, analiza przypadków, zadania praktyczne
- Zadania praktyczne kształtujące umiejętności kształtowania spójnego wizualnego wyglądu marki oraz umiejętności tworzenia dokumentacji.

Marketing design

Wymagania wstępne (wynikające z następstwa przedmiotów):

- Grafika rastrowa, grafika wektorowa, Pracownia Projektowania Graficznego, Podstawy komunikacji marketingowej

Treści kształcenia:

- Wprowadzenie do marketing designu - projektowanie graficzne w kontekście działań marketingowych i komunikacji marki; struktura kampanii reklamowej: cele, grupy docelowe, kanały komunikacji
- Brief i analiza przypadków - analiza i interpretacja briefu marketingowego jako podstawy pracy zespołu kreatywnego; przegląd wybranych kampanii reklamowych z propozycją nowych rozwiązań wizualnych i multimedialnych
- Strategia wizualna - dopasowanie formy przekazu do kanału komunikacji (offline/online/social media) i specyfiki odbiorcy; spójność przekazu z identyfikacją wizualną marki (brand consistency); storytelling jako narzędzie narracji wizualnej i budowania relacji z odbiorcą
- Projektowanie materiałów reklamowych - projektowanie komunikatów wizualnych wspierających cele marketingowe (sprzedaż, wizerunek, zaangażowanie); wykorzystanie metod analizy zachowań użytkowników (analiza uwagi, heatmapy)
- Analiza kanałów komunikacji marketingowej w kontekście systemu medialnego - rola mediów tradycyjnych i cyfrowych w kampaniach reklamowych; ocena skuteczności poszczególnych typów mediów

- Zadania praktyczne - projektowanie reklam cyfrowych i form reklamowych do przestrzeni fizycznej w odpowiedzi na zadany brief marketingowy

Projektowanie publikacji multimedialnych

Wymagania wstępne (wynikające z następstwa przedmiotów):

- Grafika rastrowa, Grafika wektorowa, Pracownia Projektowania Graficznego, Pracownia technik przekazu i technik projektowania, Typografia, Pracownia wideo

Treści kształcenia:

- Webinar jako forma przekazu informacji i promocji marki - omówienie zagadnienia, zadania praktyczne z uwzględnieniem dostępności cyfrowej.
- E-book jako forma przekazu informacji i promocji marki - omówienie zagadnienia, zadania praktyczne z uwzględnieniem dostępności cyfrowej.
- Prezentacje interaktywne - omówienie zagadnienia, przykłady, narzędzia
- Typografia, kolor i kompozycja w cyfrowych publikacjach multimedialnych
- Różne formy przekazu dla kursów on-line - omówienie zagadnienia, zadania praktyczne z uwzględnieniem dostępności cyfrowej.
- Projektowanie treści z myślą o zasadzie mobile first i podejścia użytkowników do czytania treści cyfrowych (F-pattern, Z-pattern); uwzględnienie projektowania treści do "skanowania" - nagłówki, wypunktowania, mikrobloki.
- Ekologia treści cyfrowych - recykling treści, np. Jak z e-booka zrobić posty social mediowe, newsletter lub video.

Specjalność: Sztuka cyfrowa i zastosowania sztucznej inteligencji

Nowe technologie we wzornictwie graficznym

Wymagania wstępne (wynikające z następstwa przedmiotów):

- AI w kreacji multimedialnej, pracownia projektowania graficznego, grafika rastrowa, grafika wektorowa, pracownia technik projektowania i technik przekazu

Treści kształcenia:

- Wzornictwo graficzne - wprowadzenie do zagadnienia, czym jest, znani twórcy
- Materiały i technologie we wzornictwie graficznym
- Rola wzornictwa w kształtowaniu tożsamości (np. lokalnej, kulturowej, tożsamości firmy)
- Projektowanie zorientowane na funkcję - czytelność przekazu, logika, ergonomia na wybranych przykładach opakowań lub produktów cyfrowych
- Pattern design - powtarzalność, rytm, kompozycja modularna na przykładzie wzorów na tkaniny, opakowania, wzory brandingowe
- Grafika na potrzeby wnętrz, np. grafiki ścienne, okleiny, itp.
- Zastosowanie technologii SI w procesie projektowym - koncepcja, iteracja pomysłów, wizualizacja wizualizację

Zaawansowany digital painting

Wymagania wstępne (wynikające z następstwa przedmiotów):

- Digital painting, rysunek i kompozycja, pracownia projektowania graficznego

Treści kształcenia:

- Zaawansowane narzędzia i techniki w malarstwie cyfrowym.
- Krawędź, kształt, walor i kolor. Składowe obrazu.
- Zaawansowana praca z referencjami.
- Rozwijanie własnego stylu. Stylistyka i konwencja.
- AI w malarstwie cyfrowym. Analiza przypadków, eksperymenty z formą.

Cyfrowy fotomontaż i fotomanipulacja

Wymagania wstępne (wynikające z następstwa przedmiotów):

- Pracownia fotografii cyfrowej, grafika rastrowa, grafika wektorowa, pracownia projektowania graficznego
- Treści kształcenia:
- Techniki i narzędzia fotomontażu
 - Rodzaje fotomontażu, różnice, możliwości i zastosowanie
 - Kompozycja i narracja w fotomontażu
 - Fotomontaż jako komentarz społeczny i kulturowy - omówienie zagadnienia i prace praktyczne
 - Fotomontaż i typografia - zadania praktyczne
 - Eksperymenty z formą i różnymi materiałami, łączenie przekazu cyfrowego i analogowego - analiza przykładów i zadania praktyczne.
 - Narzędzia AI w cyfrowej obróbce fotografii. Rekonstrukcja, edycja, ograniczenia

Zaawansowana kreacja wizualna z AI

Wymagania wstępne (wynikające z następstwa przedmiotów):

- AI w kreacji multimedialnej, Grafika rastrowa, Grafika wektorowa, Podstawy grafiki trójwymiarowej, Pracownia animacji, Pracownia wideo

Treści kształcenia:

- Zaawansowany prompt engineering i spójność postaci. Wykorzystanie dostępnych technik do zachowania identycznego wyglądu postaci/ obiektu w różnych ujęciach i stylach.
- Precyzyjna kontrola kompozycji i pozy. Zastosowanie dostępnych modeli w celu wymuszenia konkretnej struktury obrazu na podstawie szkicu lub zdjęcia referencyjnego.
- Personalizacja i trenowanie modeli. Przygotowanie zbioru zdjęć i przeprowadzenie procesu uczenia własnej warstwy LoRA w celu spójnej generacji konkretnych, specyficznych obiektów lub określonego stylu wizualnego.
- Zaawansowane wideo i animacja AI. Wykorzystanie dostępnych technik i modeli w celu przekształcenia surowego materiału wideo w animację o zadanej estetyce.
- Zadanie semestralne: hybrydowy workflow AI. Budowa złożonego schematu pracy, łączącego generowanie tekstur, upscaling obrazu oraz In-painting do ostatecznego wykończenia detali w profesjonalnym, kreatywnym projekcie multimedialnym.

Artystyczne formy przestrzenne

Wymagania wstępne (wynikające z następstwa przedmiotów):

- Grafika rastrowa, Grafika wektorowa, Pracownia projektowania graficznego, Pracownia technik projektowania i technik przekazu

Treści kształcenia:

- Grafika w różnych wymiarach - koncepcje przekształcenia grafiki 2D w formy przestrzenne (origami, książki przestrzenne, papier jako materiał rzeźbiarski)
- Instalacje graficzne, zastosowanie grafiki w przestrzeni publicznej jako forma promocji marki/postaci/idei (murale, rzeźby, happeningi, konstrukcje 3D) - omówienie zagadnienia, przykłady, zadania praktyczne
- Grafika i światło - projekcja jako narzędzie komunikacji wizualnej
- Sztuka ready-made - omówienie zagadnienia, przykłady, analiza przypadków, zadania praktyczne
- Planowanie przestrzeni wystawowej - omówienie zagadnienia, przykłady, analiza przypadków, zadania praktyczne
- Zadania praktyczne, realizacja spójnego projektu łączącego wybrane techniki z zakresu form przestrzennych - od koncepcji, przez dokumentację procesu twórczego, po prezentację finalnego dzieła.

Ruch i animacja z AI

Wymagania wstępne (wynikające z następstwa przedmiotów):

- AI w kreacji multimedialnej, Podstawy grafiki trójwymiarowej, Pracownia animacji

Treści kształcenia:

- Przegląd dostępnych rozwiązań AI (i innych nowych technologii) z dziedziny animacji.
- Mniejsze ćwiczenia laboratoryjne uwzględniające podstawy animacji 3D, 12 zasad animacji Disneya i inne.
- Blockout 2D i 3D jako podstawa do animacji- storyboard wzmocniany rozwiązaniami AI

- Wstęp do pracy z motion capture - nagranie własnego ruchu (opcjonalnie), przetworzenie nagrania wideo do motion capture data, np. na platformie Rokoko, Quick Magic, retargetting, czyszczenie
- Narzędzia AI jako uzupełnienie motion capture - modyfikacja nagrania wideo z użyciem dostępnych modeli GenAI.
- Zadanie semestralne: grupowy projekt kreatywny, polegający na realizacji zamkniętej, krótkiej formy wideo z wykorzystaniem poznanych na zajęciach technik animacji z uwzględnieniem wykorzystania technik AI. Np. reklama, scena z filmu, trailer gry. Kilka briefów do wyboru.

Pracownia projektowania plakatu i ilustracji

Wymagania wstępne (wynikające z następstwa przedmiotów):

- AI w kreacji multimedialnej, Grafika rastrowa, Grafika wektorowa, Pracownia projektowania graficznego, Rysunek i kompozycja

Treści kształcenia:

- Plakat i ilustracja jako forma wypowiedzi wizualnej, budowa, znaczenie, zastosowanie
- Różnice pomiędzy plakatem artystycznym, użytkowym, reklamowym, społecznym
- Twórcy i przykłady dzieł - analiza przypadków
- Typografia, kolor, kompozycja w plakacie i ilustracji - omówienie zagadnień, zadania praktyczne
- Symbol, metafora - omówienie zagadnień, zadania praktyczne
- Plakat i ilustracja jako nośnik wartości społecznych, kulturowych - omówienie zagadnień, zadania praktyczne
- Techniki AI w projektowaniu plakatu - omówienie słabych i mocnych stron, prezentacja przykładów

Załącznik do Katalogu przedmiotów GKiPM I stopień 2026-27

[illegible]

symbol	treść																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
--------	-------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

[illegible]

[illegible]

