



**Uniwersytet
SWPS**

Karty przedmiotów

**grafika reklamowa i multimedia
profil praktyczny
studia pierwszego stopnia**

Wydział Interdyscyplinarny w Krakowie



Spis treści:

SEMESTR 1	3
Historia sztuki i projektowania	3
Komunikacja wizualna 1	8
Typografia	13
Rysunek i kompozycja 1	19
Projektowanie grafiki rastrowej 1	22
Projektowanie grafiki wektorowej	26
Wstęp do animacji i postprodukcji 1	29
Prawo i etyka w projektowaniu	35
Kompetencje społeczne i akademickie	38
Język angielski 1; Język angielski 2; Język angielski 3; Język angielski 4	42
SEMESTR 2	45
Socjologia sztuki i projektowania	45
Komunikacja wizualna 2	50
Badania w procesie projektowym	53
Projektowanie grafiki rastrowej 2	59
Wstęp do produkcji filmowej	62
Wstęp do animacji i postprodukcji 2	65
Wstęp do projektowania grafiki edytorskiej	70
Rysunek i kompozycja 2	74
Architektura informacji i narzędzia w procesie projektowym	77
SEMESTR 3	82
Podstawy krytycznego myślenia	82
Fotografia 1	85
Badania jakościowe w procesie projektowym	89
Reklama i branding	93
specjalność: Projektowanie graficzne	98
Struktury wizualne	98
Systemy identyfikacji wizualnej	101
Projektowanie opakowań 1	105
Grafika informacyjna 1	108
Projektowanie dla społecznej innowacji	112
Techniki edytorskie 1	116
specjalność: Projektowanie doświadczeń użytkownika (UX)	120
Badania w projektowaniu UX 1	120
Narzędzia prowadzenia warsztatów i facylitacji spotkań	124
Strategia UX	129
Wprowadzenie do pracy w zespole	133
Projektowanie interfejsów użytkownika 1	137
Wstęp do projektowania doświadczeń użytkownika	141
specjalność: Multimedia	145
Edycja dźwięku	145
Scenorys zaawansowany	148
Projektowanie interakcji 1	151
Produkcja filmowa 1	154
Narzędzia do pracy w 3D	158
Animacja 1	161
SEMESTR 4	164
Fotografia 2	164
Proseminarium	168
Praktyka zawodowa 1	172
Projektowanie uniwersalne 1	179
Fakultet projektowy	185
specjalność: Projektowanie graficzne	188
Projektowanie przekazu reklamowego 1	188

Projektowanie opakowań 2	192
Grafika informacyjna 2	195
Techniki edytorskie 2	199
specjalność: Projektowanie doświadczeń użytkownika (UX)	204
Badania w projektowaniu UX 2	204
Proces projektowy 1	208
Projektowanie interfejsów użytkownika 2	212
Modelowanie i architektura produktu 1	215
Analityka internetowa	219
specjalność: Multimedia	222
Animacja 2	222
Montaż filmowy 1	226
Projektowanie interakcji 2	229
Produkcja filmowa 2	233
Multimedialny przekaz reklamowy	238
SEMESTR 5 / 6	242
Analiza semiotyczna przekazu wizualnego	242
Praktyka zawodowa 2	245
Projektowanie uniwersalne 2	253
Język angielski specjalistyczny	258
Seminarium dyplomowe 1	261
specjalność: Projektowanie graficzne	265
Projektowanie przekazu reklamowego 2	265
Grafika informacyjna 3	269
Techniki edytorskie 3	272
Projektowanie graficzne - warsztaty projektowe 1	276
specjalność: Projektowanie doświadczeń użytkownika (UX)	280
Projektowanie interfejsów użytkownika 3	280
Modelowanie i architektura produktu 2	285
Proces projektowy 2	289
UX - warsztaty projektowe 1	293
specjalność: Multimedia	297
Animacja 3	297
Montaż filmowy 2	300
Wprowadzenie do pracy w środowisku wirtualnym 1	303
Multimedia – warsztaty projektowe 1	306
SEMESTR 6 / 7	310
Praktyka zawodowa 3	310
Kompetencje zawodowe	319
International Workshop	325
Seminarium dyplomowe 2	328
specjalność: Projektowanie graficzne	332
Projektowanie przekazu reklamowego 3	332
Technologie i podłoża drukarskie	336
Projektowanie graficzne - warsztaty projektowe 2	339
specjalność: Projektowanie doświadczeń użytkownika (UX)	342
Wizualizacja danych	342
Projektowanie interfejsów użytkownika 4	346
UX - warsztaty projektowe 2	351
specjalność: Multimedia	355
Wprowadzenie do pracy w środowisku wirtualnym 2	355
Postprodukcja filmowa	358
Multimedia – warsztaty projektowe 2	362

SEMESTR 1

KARTA PRZEDMIOTU

Nazwa przedmiotu: Historia sztuki i projektowania		Formy: wykład	Obligatoryjność: obowiązkowy
Kierunek studiów: Grafika reklamowa i multimedia specjalność: -		Poziom studiów: studia pierwszego stopnia	Język wykładowy: polski
Forma studiów: studia stacjonarne (ST) studia niestacjonarne (NST)	Semestr: 1 (ST, NST)	Liczba godzin w planie studiów: studia stacjonarne: 30h studia niestacjonarne: 21h	Nakład pracy: Liczba punktów ECTS: 2 Liczba godzin pracy: 50

Składowe przedmiotu

1. Historia sztuki (wykład) – forma stacjonarna - 12h; forma niestacjonarna - 9h
2. Historia projektowania (wykład) – forma stacjonarna - 18h; forma niestacjonarna - 12h

Miejsce przedmiotu w programie studiów

Przedmiot „Historia sztuki i projektowania” jest pierwszym, który wprowadza treści dotyczące kontekstu projektowania wizualnego. Osoby studiujące zapoznają się z historycznymi dziełami, które mają bezpośredni wpływ na to, jak projektujemy dzisiaj. Efekty zdobyte na tym przedmiocie są wykorzystywane w dalszej edukacji jako zarówno inspiracja, jak i źródło refleksji oraz punkt odniesienia. Uzupełnieniem treści poruszanych na tym przedmiocie jest część „Wstępu do animacji i postprodukcji 1”, czyli „Historia sztuk audiowizualnych”. Wiedza zdobyta w ramach tego przedmiotu jest niezbędna w procesie przygotowywania pracy dyplomowej. Dzięki temu przedmiot, wraz z kolejnymi z tej grupy, takimi jak „Socjologia sztuki i projektowania”, „Analiza semiotyczna przekazu wizualnego” oraz „Proseminarium”, daje osobom studiującym możliwość szerokiego spojrzenia na historyczny, społeczny i kulturowy kontekst realizowanych projektów. Uzupełnienie tych treści o kontekst projektowania stanowią przedmioty związane z badaniami oraz funkcjonowaniem branży reklamy.

Efekty uczenia się		
Kod kierunkowego efektu uczenia się	Przedmiotowe efekty uczenia się	Weryfikacja efektów uczenia się
GRM1_W10	Student(ka) zna główne tendencje rozwoju poszczególnych dziedzin sztuki i projektowania oraz ich wpływ na rozwój grafiki reklamowej i multimedialnych. Zna również najważniejsze techniki artystyczne oraz graficzne i rozumie wpływ postępu technologicznego na przemiany w poszczególnych dziedzinach sztuki i projektowania.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_K10	Student(ka) jest gotów(-owa) do nieustannego poszerzania wiedzy z zakresu historii sztuki i projektowania, rozumiejąc znaczenie dziedzictwa sztuki i projektowania dla własnego rozwoju w tym zakresie. Jest gotów(-owa) odpowiedzialnie wykorzystywać zdobytą wiedzę celem inspiracji we własnej działalności twórczej i projektowej, szanując kontekst kulturowy i historyczny dzieł, z których czerpie.	Metoda 1 Metoda 2

Opis i treści programowe
wykład - Historia sztuki
<p>Opis: W ramach zajęć osoby studiujące poznają problematykę związaną z historią sztuki – malarstwa, rzeźby, architektury i nowych form przekazu artystycznego, ze szczególnym uwzględnieniem sztuki od końca XIX w. do czasów współczesnych. Wykład ma na celu uwrażliwienie studentów i studentek na dynamikę przemian sztuki i jej powiązań z problemami projektowymi na różnych etapach jej rozwoju. W toku wykładu powroty do sztuki dawnej służą lepszemu rozumieniu teraźniejszości. Wykład obejmuje problematyczne omówienie dzieł sztuki oraz porusza zagadnienia formy, funkcji i znaczenia dzieła sztuki obecnie i w przeszłości. Problemy artystyczne omawiane są w kontekście przemian historycznych, społecznych i kulturowych. Kluczowym zagadnieniem, które stanowi pewną ośność treści wykładu jest definiowanie sztuki w kontekście nieustannego poszerzania spektrum wypowiedzi artystycznej oraz wykorzystywania środków cyfrowych i technik multimedialnych.</p>
<p>Treści: Treści prezentowane na wykładach będą osadzone wokół pojęć:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Sztuka - dawne i współczesne definicje sztuki. Pojęcie anty-sztuki. "Sztuka jako definicja sztuki" według Josepha Kosutha. 2. Wyobraźnia - pokazanie na przykładach od średniowiecza po współczesność rolę wyobraźni i jej nieograniczoność w procesie twórczym. Kreowanie nowych światów i nowej rzeczywistości w różnych przestrzeniach sztuki. Od Hieronima Boscha po surrealizm. Rola nowoczesnych mediów w procesie kreacji. Wirtualna rzeczywistość i jej znaczenie. 3. Porządek i geometria w sztuce - od doskonałości egipskich piramid po współczesny minimalizm i sztukę bazującą na matematyce i geometrii. Poszukiwania złotego podziału i idealnych proporcji. Rola kanonów w sztuce.

4. Kolor jako zjawisko fizyczne i środek artystyczny. Odkrycia naukowe dotyczące koloru i ich wpływ na sztukę. Rola koloru w różnych epokach artystycznych. Kolor jako nośnik emocji w sztuce. Termin "malarstwo" i jego znaczenie w kontekście różnych gatunków sztuki, a także architektury i pejzażu (sztuka ogrodów).
5. Forma i kształt, kompozycja i układ w sztukach plastycznych i architekturze. Koncepcja czystej formy w twórczości Witkacego. Dewaluacja tematu w dziele sztuki. Abstrakcja w sztuce. Od abstrakcji malarskiej po geometryczną.
6. Ekspresja jako tendencja w sztuce od czasów prehistorycznych po współczesność. Od malarstwa jaskiniowego poprzez przykłady antyczne (okres hellenistyczny), średniowieczne (zwłaszcza gotyckie), nowożytne (barok, rzeźba rokokowa) po wiek XX. Ekspresjonizm niemiecki w I i II połowie XX wieku jako kierunek artystyczny - jego oblicza i znaczenie. Ekspresjonizm abstrakcyjny w USA. Współczesne nurty ekspresyjne.
7. Działanie - sztuka jako wydarzenie. Od teatru antycznego, poprzez średniowieczne misteria, nowożytne "teatrum sacrum", futurystyczne i dadaistyczne przedstawienia, po XX-wieczne i współczesne happeningi i performance. Dokumentacja działań artystycznych - fotografia, video, nowoczesne media. Sztuka niezamiennych tokenów (NFT).
8. Perspektywa - definicja i znaczenie. Rodzaje perspektywy w malarstwie: perspektywa geometryczna i jej rozwój, perspektywa barwna i perspektywa powietrzna na wybranych przykładach z historii malarstwa. Przełom w myśleniu o perspektywie w kubistycznej twórczości Pabla Picassa. Iluzjonizm w sztuce - od malarstwa pompejańskiego do współczesnej street art (np. Banksy). Wpływ malarstwa iluzjonistycznego na postrzeganie przestrzeni.
9. Ruch w sztuce. Złudzenia ruchu i poruszenia w sztuce od baroku ze szczególnym uwzględnieniem XX-wiecznych nurtów - op-artu i kinetyzmu. Rola nauki i techniki w tworzeniu sztuki współczesnej. Przykład "Senstera" Edwarda Ihnatowicza. Pojęcie sztuki responsywnej.

Metody dydaktyczne

Metody dydaktyczne wspierające osiągnięcie efektów uczenia się oraz działające na rzecz równości i równego zaangażowania wszystkich uczestników.

Podawcze: wykład multimedialny (słowo mówione ilustrowane obrazem, ewentualnie krótkim filmem, np. dzieła sztuki kinetycznej, dokumentacje działań artystycznych)

Angażujące: możliwość dyskusji dydaktycznej i zadawania pytań po zakończonym wykładzie

Literatura obowiązkowa:

1. Gombrich, E. (2000). *O sztuce*. Warszawa: Arkady.
2. Dantini, M. (1998). *Sztuka współczesna*. Warszawa: PWN.
3. Włodarczyk-Kulak, A., & Kulak, M. (2010). *Główne kierunki artystyczne w sztuce XX i XXI wieku*. Warszawa-Bielsko-Biała: PWN.

Literatura uzupełniająca:

1. Kunińska, I. (red.). (1990-1999). *Sztuka Świata* (t. 1-10). Warszawa: Arkady.
2. Rottenberg, A. (2005). *Sztuka w Polsce 1945-2005*. Warszawa: Stentor.
3. Durozoi, G. (1998). *Słownik sztuki XX wieku*. Warszawa: Arkady.
4. Kozakiewicz, S. (red.). (2023). *Słownik terminologiczny sztuk pięknych*. Warszawa: PWN.

Opis i treści programowe

wykład - Historia projektowania

Opis:

W ramach przekrojowej prezentacji, osoby studiujące poznają dzieje najważniejszych dziedzin projektowania. Zostaną zapoznani z głównymi nurtami, twórcami i ich dziełami, które zostaną omówione w kontekście przemian społecznych, politycznych i ekonomicznych, a także z uwzględnieniem wpływu postępu technologicznego na komunikację wizualną oraz kształtowanie się zawodu projektanta. Ważnym zagadnieniem będzie również historia kształcenia w obszarze sztuki i projektowania. Zostanie ona omówiona na przykładzie najważniejszych uczelni, których koncepcja kształcenia odegrała rolę w transformacji praktyki artystycznej i projektowej. Omawianie historycznych nurtów pozwoli pokazać w jaki sposób na przestrzeni lat sztuka i projektowanie inspirowały współczesną grafikę i jak ukształtowały dzisiejsze projektowanie grafiki użytkowej i multimedialnych.

Treści:

Treści prezentowane na wykładach będą osadzone wokół pojęć:

1. Pismo w antyku - wpływ materiału na formę litery na przykładzie kapitały rzymskiej i innych pism starożytnych.
2. Od zwoju do kodeksu, kształtowanie się układu strony, relacje tekstu i ilustracji w średniowiecznych manuskryptach, typowe cechy średniowiecznej książki. Iluminatorstwo na Wyspach Brytyjskich, minuskuła karolińska.
3. Początki i rozwój druku w Europie.
4. Przemiany technologiczne w XIX wieku i ich wpływ na projektowanie: mechanizacja druku, składu, fotografia i nowe metody reprodukcji obrazu oraz ich wpływ na przemiany projektowania graficznego (reklama, plakat, opakowania).
5. Projektowanie na przełomie wieków: Arts & Crafts (cechy stylu i społeczny kontekst), secesja, Warsztaty Wiedeńskie, P. Behrens i początki identyfikacji wizualnej.
6. Awangardowe nurty 1. połowy XX wieku w projektowaniu: futurizm, dadaizm, De Stijl, konstruktywizm, społeczne i polityczne konteksty projektowania w okresie międzywojennym.
7. Bauhaus, Jan Tschichold i nowa typografia.
8. Projektowanie a propaganda - socrealizm, projektowanie w III Rzeszy, rola plakatów podczas II wojny światowej.
9. Projektowanie graficzne w okresie powojennym – główne nurty. Styl szwajcarski i reakcja na niego (psychodelia). Hochschule für Gestaltung w Ulm i przemiany kształcenia projektantów w okresie powojennym.
10. Projektowanie w Polsce w okresie PRL. Uwarunkowania polityczne, społeczne i ekonomiczne oraz ich wpływ na poszczególne dziedziny projektowania.
11. Wpływ komputerów na projektowanie, przemiany technologiczne w projektowaniu związane z pojawieniem się nowych technik i narzędzi. Postmodernizm, projektowanie z użyciem i na potrzeby komputerów.
12. Aktualne kierunki rozwoju projektowania graficznego i multimedialnych.

Metody dydaktyczne

Metody dydaktyczne wspierające osiągnięcie efektów uczenia się oraz działające na rzecz równości i równego zaangażowania wszystkich uczestników.

- Podawcze: wykład interaktywny
- Angażujące: dyskusja, analiza dzieł

Literatura obowiązkowa:

1. Kolesar, Z., & Mrowczyk, J. (2018). *Historia projektowania graficznego*. Kraków: Karakter.
2. Dębowski, P., & Mrowczyk, J. (red.). (2015). *Widzieć/Wiedzieć. Wybór najważniejszych tekstów o dizajnie*. Kraków: Karakter. [Wybrane teksty].

Literatura uzupełniająca:

1. Meggs, P. B., & Purvis, B. A. W. (2016). *Meggs' History of Graphic Design*. Hoboken: John Wiley & Sons.
2. Rypson, P., (2017). *Nie gęsi. Polskie projektowanie graficzne 1919-1949*. Kraków: Karakter.
3. Houston, K., (2017). *Książka. Najpotężniejszy przedmiot naszych czasów zbadany od deski do deski*. Kraków: Karakter.

Weryfikacja efektów uczenia się

	Forma weryfikacji	Warunek zaliczenia
Metoda 1	Kolokwium	<ul style="list-style-type: none">– minimalna liczba punktów konieczna do zaliczenia: 16– maksymalna liczba punktów do zdobycia: 30
Metoda 2	Egzamin pisemny z pytaniami otwartymi i zamkniętymi	<ul style="list-style-type: none">– minimalna liczba punktów konieczna do zaliczenia: 35– maksymalna liczba punktów do zdobycia: 70

Ocena końcowa

Warunkiem uzyskania oceny pozytywnej z przedmiotu jest zdobycie minimalnej wymaganej liczby punktów z egzaminu pisemnego. Ocena z przedmiotu wystawiana jest na podstawie sumy punktów zgodnie z poniższą skalą i progami:

91 – 100 punktów oznacza 5 (bardzo dobry)

81 – 90 punktów oznacza 4+ (dobry plus)

71 – 80 punktów oznacza 4 (dobry)

61 – 70 punktów oznacza 3+ (dostateczny plus)

51 – 60 punktów oznacza 3 (dostateczny)

poniżej 51 punktów oznacza 2 (niedostateczny), przedmiot musi być powtórzony.

KARTA PRZEDMIOTU

Nazwa przedmiotu: Komunikacja wizualna 1		Formy: wykład, warsztaty	Obligatoryjność: obowiązkowy
Kierunek studiów: Grafika reklamowa i multimedia specjalność: -		Poziom studiów: studia pierwszego stopnia	Język wykładowy: polski
Forma studiów: studia stacjonarne (ST) studia niestacjonarne (NST)	Semestr: 1 (ST, NST)	Liczba godzin w planie studiów: studia stacjonarne: 30h studia niestacjonarne: 21h	Nakład pracy: Liczba punktów ECTS: 3 Liczba godzin pracy: 75

Składowe przedmiotu

1. Komunikacja wizualna 1 (wykład) – forma stacjonarna - 10 h; forma niestacjonarna - 9h
2. Komunikacja wizualna 2 (warsztaty) – forma stacjonarna - 20h; forma niestacjonarna - 12h

Miejsce przedmiotu w programie studiów

Przedmiot „Komunikacja wizualna 1” jest jednym z podstawowych kursów niezbędnych w dalszej edukacji projektowej. Osoby studiujące zdobywają kompetencje w komunikowaniu się z odbiorcą za pomocą artystycznych środków wyrazu, takich jak kompozycja, litera, barwa, kontrast i inne. Równolegle osoby studiujące uczą się posługiwania różnymi narzędziami do edycji grafiki cyfrowej („Projektowanie grafiki wektorowej” i „Projektowanie grafiki rastrowej 1”), więc realizowane zadania zakładają wprowadzenie do posługiwania się narzędziami, ale mogą mieć też charakter analogowy. Przedmiot łączy się też z odbywającymi się równolegle „Typografią” oraz „Rysunkiem i kompozycją 1”. Kontynuacją przedmiotu jest „Komunikacja wizualna 2”, a zdobyte podczas kursu wiedza i umiejętności są wykorzystywane w ramach wszystkich projektowych przedmiotów w dalszym toku studiów.

Efekty uczenia się		
Kod kierunkowego efektu uczenia się	Przedmiotowe efekty uczenia się	Weryfikacja efektów uczenia się
GRM1_W01	Student(ka) zna i rozumie ogólne zasady tworzenia typowych form komunikacji wizualnej wynikające z wiedzy o percepcji wzrokowej człowieka oraz społecznych i psychologicznych uwarunkowaniach języka wizualnego. W stopniu średniozaawansowanym zna i rozumie również założenia systemu komunikacji wizualnej i najważniejsze jego elementy.	Metoda 1
GRM1_U06	Student(ka) potrafi wykorzystać własną ekspresję artystyczną w celu tworzenia zróżnicowanych koncepcji projektów prostych komunikatów wizualnych takich jak: monogram, piktogram, znak.	Metoda 2
GRM1_U09	Student(ka) potrafi podejmować świadome decyzje dotyczące rozwoju własnych umiejętności warsztatowych i projektowych celem ciągłego doskonalenia jakości tworzonych elementów komunikacji wizualnej	Metoda 2
GRM1_K05	Student(ka) jest gotów(-owa) dążyć do tworzenia prostych i zrozumiałych komunikatów wizualnych dotyczących powszechnych problemów społecznych, kierowanych do zróżnicowanej kompetencyjnie grupy odbiorców.	Metoda 2

Opis i treści programowe
wykład - Komunikacja wizualna 1
<p>Opis: Celem kursu jest zapoznanie studentów z podstawowymi pojęciami związanymi z komunikacją wizualną i percepcją człowieka. Wiedza zdobyta na wykładzie pomoże podejmować bardziej świadome decyzje projektowe w zakresie komunikacji wizualnej. Student(ka) nabywa wiedzę na temat podstawowych aspektów pracy projektantki / projektanta komunikacji wizualnej w zakresie tworzenia komunikatów wizualnych, w tym w odniesieniu do problematyki projektowania przekazów reklamowych, multimedialnych i <i>User Experience (UX)</i>;</p>
<p>Treści: Podstawy percepcji wzrokowej człowieka i komunikacji wizualnej</p> <ul style="list-style-type: none"> - Teorie percepcji – wprowadzenie do psychologicznych teorii percepcji, w tym zasady Gestalt (organizacja bodźców, figury i tła, prawo bliskości, podobieństwa, ciągłości). - Rola kontrastu, koloru i kształtu – jak różne właściwości bodźców wizualnych wpływają na sposób, w jaki postrzegamy i interpretujemy obrazy. <p>Elementy języka komunikacji wizualnej</p> <ul style="list-style-type: none"> - Punkt, linia, kształt – podstawowe elementy wizualne i ich zastosowanie w kompozycji typograficznej.

- Kolor – teoria koloru i jej rola w projektowaniu typograficznym; symbolika i znaczenie barw w komunikacji.
- Kompozycja – zasady równowagi, symetrii, proporcji oraz rytmu w rozmieszczaniu elementów wizualnych, zarówno w druku, jak i w mediach cyfrowych.
- Typografia – struktura liter, styl i rodzaj czcionek, ich zastosowanie w różnych kontekstach komunikacyjnych. Przykłady kontrastu pomiędzy różnymi krojami pisma, jak również analiza czytelności.
- Hierarchia wizualna – sposoby na przyciąganie uwagi, układanie informacji i tworzenie klarownej komunikacji za pomocą układu tekstu, koloru i kształtu.

Społeczne i psychologiczne aspekty komunikowania wizualnego

- Kultura wizualna – analiza wpływu kultury na sposób interpretacji obrazów i tekstów, różnice międzykulturowe w odbiorze komunikatów wizualnych.
- Znaczenie symboli i ikonografii – rola symboli w komunikacji wizualnej, ich funkcje psychologiczne i społeczne.
- Wpływ mediów na percepcję – w jaki sposób media (druk, internet, telewizja, reklama) kształtują wzorce percepcyjne oraz estetyczne preferencje społeczeństw.

Metody dydaktyczne

Metody dydaktyczne wspierające osiągnięcie efektów uczenia się oraz działające na rzecz równości i równego zaangażowania wszystkich uczestników.

- Podawcze: wykład, prezentacja.
- Angażujące: wykład interaktywny, pytania, analiza przypadków.

Literatura obowiązkowa:

1. Frutiger, A. (2015). *Człowiek i jego znaki*. Kraków: d2d.pl. [Część 2, Rozdz. 4: Alfabet świata, Rozdz. 5: Alfabet w kulturze zachodniej].
2. Gill, E. (2016). *Esej o typografii*. Kraków: d2d.pl. [Rozdz. 2: Liternictwo, Rozdz. 9: Dlaczego właśnie liternictwo?].
3. Arnheim, R. (2022). *Sztuka i percepcja wzrokowa*. Łódź: Oficyna. [Rozdz. 2: Kształt, Rozdz. 3: Forma].

Literatura uzupełniająca:

1. Dębowski, P., & Mrowczyk, J. (red.). (2015). *Widzieć/Wiedzieć. Wybór najważniejszych tekstów o dizajnie*. Kraków: Karakter. [Cała cz. 1: Co nam zostało z tamtych lat; w cz. 6, Jeffery Keedy, Głupie poglądy].

warsztaty - Komunikacja wizualna 1

Opis:

Po ukończeniu kursu studenci i studentki potrafią efektywnie syntetyzować oraz upraszczać złożone informacje wizualne, tak aby były one zrozumiałe i czytelne dla odbiorców. Potrafią również świadomie dobierać odpowiednie nośniki komunikacji wizualnej, dopasowując je do określonych celów projektowych oraz specyfiki grupy docelowej. W trakcie tworzenia projektów stosują zasady percepcji wzrokowej człowieka, uwzględniając sposób, w jaki odbiorcy przetwarzają i rozumieją obrazy. Ponadto, studenci i studentki są w stanie przeprowadzić krytyczną analizę swojego komunikatu wizualnego, weryfikując jego skuteczność i oddziaływanie. W razie potrzeby potrafią również uzasadnić swoje decyzje projektowe, opierając się na założeniach projektowych oraz zdobytej wiedzy.

Treści:

- środki wyrazu stosowane w komunikacji wizualnej; kolor, kompozycja, symbolika, formy geometryczne, znaki i litery
- emocje w komunikacji wizualnej
- język wizualny a werbalny – gra
- prezentacja efektów pracy, badanie funkcjonalności projektów

Realizacja projektów z zakresu komunikacji wizualnej

- grafizacja obiektu: uproszczenie wybranego obiektu w 3 krokach – od fotografii do piktogramu,
- trzy ilustracje z wykorzystaniem analogowych narzędzi dla trzech zadanych haseł. Graficzny obraz słowa o tematyce społecznej,
- własny monogram w wersji emocjonalnej i projektowej,
- znaki w przestrzeni – badania w terenie, analiza i prezentacja swoich znalezisk. Projekt grupowy,
- temat własny (opcjonalnie) – np. udział w konkursie graficznym

Metody dydaktyczne

Metody dydaktyczne wspierające osiągnięcie efektów uczenia się oraz działające na rzecz równości i równego zaangażowania wszystkich uczestników.

- Podawcze: prezentacja
- Angażujące i inkluzywne: praca indywidualna i w zespołach 2-osobowych, konsultacje indywidualne i zespołowe, dyskusja

Literatura obowiązkowa:

1. Gonzáles-Miranda, E. (2019). *Projektowanie ikon i piktogramów*. Kraków: d2d.pl.
2. Kopaliński, W. (2019). *Słownik symboli*. Warszawa: Oficyna Wydawnicza Rytm.
3. Bergström, B. (2009). *Komunikacja wizualna*. Warszawa: PWN.

Literatura uzupełniająca:

1. Treska-Siwoń, A. (2022). *Projektant i użytkownik. Konteksty komunikacji wizualnej*. Kraków: Copernicus Center Press. [Rozdział: Odpowiedzialność projektowania, 103–158]. Dostępne na ResearchGate:
https://www.researchgate.net/publication/366672924_Projektant_i_uzytkownik_Konteksty_komunikacji_wizualnej.
2. Lupton, E. (1986). Reading Isotype. *Design Issues*, 3(2), 47–58. Dostępne na JSTOR:
<https://www.jstor.org/stable/1511484>.

Weryfikacja efektów uczenia się

	Forma weryfikacji	Warunek zaliczenia
Metoda 1	egzamin/test	minimalna liczba punktów konieczna do zaliczenia: 25 maksymalna liczba punktów do zdobycia: 50
Metoda 2	przeгляд prac, prezentacja	minimalna liczba punktów konieczna do zaliczenia: 26 maksymalna liczba punktów do zdobycia: 50

Ocena końcowa

Warunkiem uzyskania oceny pozytywnej z przedmiotu jest zdobycie minimalnej liczby punktów określonej dla każdego zadania. Obecność na zajęciach jest obowiązkowa. Ocena z przedmiotu wystawiana jest na podstawie sumy punktów zgodnie z poniższą skalą i progami:

91 – 100 oznacza 5 (bardzo dobry)

81 – 90 oznacza 4+ (dobry plus)

71 – 80 oznacza 4 (dobry)

61 – 70 oznacza 3+ (dostateczny plus)

51 – 60 oznacza 3 (dostateczny)

poniżej 51 oznacza 2 (niedostateczny), przedmiot musi być powtórzony.

KARTA PRZEDMIOTU

Nazwa przedmiotu: Typografia		Formy: wykłady, warsztaty	Obligatoryjność: obowiązkowy
Kierunek studiów: Grafika reklamowa i multimedia specjalność: -		Poziom studiów: studia pierwszego stopnia	Język wykładowy: polski
Forma studiów: studia stacjonarne (ST) studia niestacjonarne (NST)	Semestr: 1 (ST, NST)	Liczba godzin w planie studiów: studia stacjonarne: 60h studia niestacjonarne: 39h	Nakład pracy: Liczba punktów ECTS: 4 Liczba godzin pracy: 100

Składowe przedmiotu

1. Podstawy typografii (wykład) – forma stacjonarna - 10h; forma niestacjonarna - 9h
2. Typografia (warsztaty) – forma stacjonarna - 30h; forma niestacjonarna - 18h
3. Kaligrafia (warsztaty) – forma stacjonarna - 20h; forma niestacjonarna - 12h

Miejsce przedmiotu w programie studiów

Przedmiot "Typografia" jest pierwszym wprowadzeniem do świata liter. Osoby studiujące poznają anatomie liter oraz sposób ich funkcjonowania w przestrzeni – zarówno ekranowej, jak i na arkuszu papieru – oraz nauczą się unikać powszechnych błędów typograficznych. Dodatkową składową jest kaligrafia, która pozwala zrozumieć, jak tworzone są kroje pism wywodzące się od śladu narzędzia. Osoby studiujące poznają też specjalistyczne słownictwo związane z typografią, którym będą się posługiwać w ramach kolejnych przedmiotów. Ponieważ typografia jest niezbędnym składnikiem wielu projektów, ćwiczenia jej dotyczące będą realizowane również podczas kursów Projektowanie grafiki wektorowej i Komunikacja wizualna 1, a także podczas przygotowania prezentacji na potrzeby innych przedmiotów. Wiedza i umiejętności zdobyte podczas kursu Typografia są niezbędne w dalszym toku studiów. Dalsze rozwijanie kompetencji typograficznych jest już sprofilowane pod wybrane specjalizacje i odbywa się przekrojowo w obrębie różnych przedmiotów. Dla specjalności Projektowanie graficzne jest to np. typografia w akcydensach, identyfikacji wizualnej czy książkach, dla specjalności Projektowanie doświadczeń użytkownika (UX) – typografia w aplikacjach i stronach internetowych, a dla specjalności Multimedia – typografia w filmie i animacji, często ruchoma.

Efekty uczenia się		
Kod kierunkowego efektu uczenia się	Przedmiotowe efekty uczenia się	Weryfikacja efektów uczenia się
GRM1_W01	Student(ka) zna w zaawansowanym stopniu zasady typografii, rozumie znaczenie typografii w komunikacji wizualnej i jej wpływ na praktykę projektowania.	Metoda 1 Metoda 2 Metoda 4 Metoda 5
GRM1_W04	Student(ka) zna w zaawansowanym stopniu zasady posługiwania się ekspresją artystyczną w procesie kształtowania kompozycji typograficznych i opartych na kaligrafii.	Metoda 1 Metoda 2 Metoda 3 Metoda 4 Metoda 5
GRM1_W10	Student(ka) zna historię typografii i wybranych krojów pisma i rozumie w stopniu zaawansowanym ich wpływ na współczesność projektowania graficznego.	Metoda 1 Metoda 2 Metoda 4 Metoda 5
GRM1_U07	Student(ka) umie świadomie posługiwać się narzędziami z zakresu: konstrukcji litery, krojów pism, kompozycji typograficznych i literniczych, czytelności tekstu w realizacji projektów z dziedziny projektowania.	Metoda 2 Metoda 3 Metoda 4 Metoda 5
GRM1_U08	Student(ka) potrafi za pomocą wyobraźni, intuicji i emocjonalności dobrać i zaproponować różnorodne kroje pisma nawiązujące do odmiennych stylistyk rozwiązania problemu projektowego.	Metoda 2 Metoda 3 Metoda 4 Metoda 5
GRM1_U09	Student(ka) potrafi rozwijać własny warsztat przez typograficzny przez obserwację procesu powstawania litery w toku ćwiczeń kaligraficznych.	Metoda 3 Metoda 5
GRM1_K03	Student(-ka) jest gotów(-owa) do celowego i świadomego korzystania z własnej wyobraźni, intuicji, emocjonalności i zdolności do twórczego myślenia w trakcie projektowania kompozycji typograficznych oraz wykorzystywania elementów typografii w innych dziedzinach z zakresu projektowania.	Metoda 2 Metoda 3 Metoda 5
GRM1_K07	Student(-ka) jest gotów(-owa) do właściwego dobierania czytelnych krojów pisma w celu tworzenia zrozumiałej i przystępnej w formie komunikacji wizualnej.	Metoda 2 Metoda 3 Metoda 5

Opis i treści programowe

wykład - Podstawy typografii

Opis:

Wykłady obejmują podstawową wiedzę na temat typografii na wstępnym etapie edukacji projektanta graficznego. Poruszają kolejno takie zagadnienia jak: wprowadzenie do typografii i jej historii; budowa liter i ich konstrukcja; znajomość krojów pism, ich klasyfikacja oraz dobór do charakteru publikacji; skład typograficzny; czytelność i funkcjonalność tekstu; zasady stosowania kontrastu i dynamiki w typografii; kompozycja tekstu z obrazem; specyfika typografii w mediach cyfrowych oraz współczesne trendy i nurty w typografii w projektowaniu graficznym.

Treści:

Wykład 1. Wprowadzenie do typografii

- Czym jest typografia?
- Krótka historia typografii
- Znaczenie typografii w komunikacji wizualnej

Wykład 2. Budowa litery

- antykwa
- budowa litery dwuelementowej - szeryfowej
- budowa litery jednoelementowej – bezszeryfowej

Wykład 3. Kroje pisma

- klasyfikacja krojów pism
- wybór kroju pisma
- przykłady klasyczne i współczesne

Wykład 4. Skład typograficzny - kompozycja

- formaty papierów
- stopień pisma
- interlinia
- kerning, tracking, światło międzyliterowe
- marginesy
- siatki typograficzne (grid)
- zasady i rodzaje składu

Wykład 5. Czytelność i charakter publikacji

- zasady składu tekstów ciągłych
- zasady składu tekstów krótkich
- typograficzne formy eksperymentalne

Wykład 6. Typografia akcydensów i publikacji wielostronicowych

- typografia akcydensów i publikacji wielostronicowych w ujęciu klasycznym
- typografia akcydensów i publikacji wielostronicowych w ujęciu eksperymentalnym
- książka i inne wydawnictwa artystyczne

Wykład 7. Kontrast w typografii

- łączenie (parowanie) krojów pism w oparciu o ich budowę
- typograficzne kompozycje dynamiczne i statyczne

Wykład 8. Kompozycja tekstu z obrazem

- zasady kompozycji tekstu z obrazem
- eksperymentalne kompozycje tekstu z obrazem

Wykład 9. Typografia w mediach cyfrowych

- różnice w typografii drukowanej i ekranowej

Wykład 10. Współczesne trendy i nurty w typografii w projektowaniu graficznym

Metody dydaktyczne

Metody dydaktyczne wspierające osiągnięcie efektów uczenia się oraz działające na rzecz równości i równego zaangażowania wszystkich uczestników.

- Podawcze: prezentacja publikacji i metodologii projektowych
- Angażujące: wyrażanie własnego zdania i argumentacji
- Inkluzywne: indywidualne rozmowy z studentem(-ką)

Literatura obowiązkowa:

1. Tyczkowski, T. (2005). *Lettera Magica*. Łódź: Polski Drukarz.
2. Willberg, H. P., & Forssman, F. (2006). *Pierwsza pomoc w typografii*. Gdańsk: Słowo/obraz terytoria.
3. Henk, H., & Ewan, L. (2017). *Triumf typografii. Kultura, komunikacja, nowe media*. Kraków: d2d.pl.

Literatura uzupełniająca:

1. Mitchel, M., & Wightman, S. (2015). *Typografia książki. Podręcznik projektanta*. Kraków: d2d.pl.

warsztat - Typografia

Treści:

Warsztaty 1-2: Analiza konstrukcji litery

- analiza liter w oparciu o proporcje i zasady kroju antykwy
- analiza liter w oparciu o proporcje i zasady wybranego kroju elementowego

Warsztaty 3-4: Kroje pisma

- Analiza i klasyfikacja krojów pism
- Ćwiczenia z odpowiedniego zastosowania kroju pisma w konkretnym kontekście projektowym na przykładzie samodzielnie zaprojektowanego logotypu zawierającego związek semantyczny.

Warsztaty 5-6: Projekt i skład typograficzny

- Projektowania układów tekstu na stronie w oparciu o standardy formatów papieru, zasady składu typograficznego i charakter publikacji:
 - Podstawowe ćwiczenia z projektowania akcydensów
 - Podstawowe ćwiczenia z projektowania makiet i publikacji wielostronicowych

Warsztaty 7-10: Tekst/obraz

- Ćwiczenia w komponowaniu obrazu z tekstem w konkretnej formie wydawniczej i ekranowej.

Warsztaty 9-10:

- Ćwiczenia z projektowania zaproponowanej przez Studenta formy typograficznej w ujęciu eksperymentalnym.

Metody dydaktyczne

Metody dydaktyczne wspierające osiągnięcie efektów uczenia się oraz działające na rzecz równości i równego zaangażowania wszystkich uczestników.

- Podawcze: prezentacja adekwatnych do ćwiczeń przykładów publikacji i metodologii projektowych
- Angażujące: dyskusja dotycząca powstających na bieżąco projektów
- Inkluzywne: grupowe prezentacje i dyskusje

warsztat - Kaligrafia

Opis:

Warsztaty kaligrafii to praktyczny kurs, który ma na celu rozwijanie umiejętności pięknego pisania i twórczego wykorzystania kaligrafii w sztuce i projektowaniu. Podczas zajęć osoby studiujące zapoznają się z różnymi stylami kaligraficznymi, technikami pisania oraz narzędziami, takimi jak pióra, stalówki, tusze i specjalne papiery. Uczestnicy nauczą się tworzyć kompozycje kaligraficzne, które znajdą zastosowanie w projektach artystycznych, takich jak plakaty, identyfikacja wizualna czy opakowania.

Kurs rozwija precyzję, cierpliwość i estetyczne wycucie, niezbędne w pracy artystycznej i projektowej.

Treści programowe:

Wprowadzenie do kaligrafii:

- Historia pisma i rozwój kaligrafii w różnych kulturach (Chiny, Japonia, Europa).
- Narzędzia kaligraficzne: pióra, pędzle, atramenty, papiery.

Podstawy technik kaligraficznych:

- Ćwiczenie podstawowych kształtów liter.
- Style pisma: uncjała, kapitała chłopska, gotyk, italika.
- Używanie różnych narzędzi (pióra stalówkowe, pędzle).

Zaawansowane techniki kaligraficzne:

- Kompozycje tekstowe, łączenie liter.
- Tworzenie ornamentów i zdobień wokół liter.

Kaligrafia nowoczesna:

- Eksperymentowanie z kształtami liter.
- Tworzenie projektu opartego na literach inicjału: artystyczne formy literowe.

Literatura obowiązkowa:

1. Müller-Brockmann, J. (2023). *Systemy siatek w projektowaniu graficznym*. Kraków: d2d.pl.
2. Hochuli, J. (2018). *Detal w typografii*. Kraków: d2d.pl.
3. Landowska, E. (2023). *Podręcznik do kaligrafii. Krótka historia litery łacińskiej*. Kraków: Tyniec Wydawnictwo Benedyktynów.

Literatura uzupełniająca:

1. Ambrose, G., & Harris, P. (2008). *Layout. Zasady/kompozycja/zastosowanie*. Warszawa: PWN.

Weryfikacja efektów uczenia się		
	Forma weryfikacji	Warunek zaliczenia
Metoda 1	sprawdzian pisemny, również zawierającym pytania zamknięte weryfikujące wiedzę	<ul style="list-style-type: none"> – minimalna liczba punktów konieczna do zaliczenia: 10 – maksymalna liczba punktów do zdobycia: 20
Metoda 2	przygotowanie i przedstawienie prezentacji	<ul style="list-style-type: none"> – minimalna liczba punktów konieczna do zaliczenia: 5 – maksymalna liczba punktów do zdobycia: 10
Metoda 3	zadanie	<ul style="list-style-type: none"> – minimalna liczba punktów konieczna do zaliczenia: 21 – maksymalna liczba punktów do zdobycia: 40
Metoda 4	dyskusja	<ul style="list-style-type: none"> – minimalna liczba punktów konieczna do zaliczenia: 5 – maksymalna liczba punktów do zdobycia: 10
Metoda 5	obrona projektu przez studenta	<ul style="list-style-type: none"> – minimalna liczba punktów konieczna do zaliczenia: 10 – maksymalna liczba punktów do zdobycia: 20

Ocena końcowa
<p>Warunkiem uzyskania oceny pozytywnej z przedmiotu jest zdobycie minimalnej liczby punktów określonej dla każdego zadania. Obecność na zajęciach jest obowiązkowa. Ocena z przedmiotu wystawiana jest na podstawie sumy punktów zgodnie z poniższą skalą i progami:</p> <p>91 – 100 punktów oznacza 5 (bardzo dobry) 81 – 90 punktów oznacza 4+ (dobry plus) 71 – 80 punktów oznacza 4 (dobry) 61 – 70 punktów oznacza 3+ (dostateczny plus) 51 – 60 punktów oznacza 3 (dostateczny) poniżej 51 punktów oznacza 2 (niedostateczny), przedmiot musi być powtórzony.</p>

KARTA PRZEDMIOTU

Nazwa przedmiotu: Rysunek i kompozycja 1		Formy: warsztaty	Obligatoryjność: obowiązkowy
Kierunek studiów: Grafika reklamowa i multimedia		Poziom studiów: studia pierwszego stopnia	Język wykładowy: polski
specjalność: -			
Forma studiów: studia stacjonarne (ST) studia niestacjonarne (NST)	Semestr: 1 (ST, NST)	Liczba godzin w planie studiów: studia stacjonarne: 30h studia niestacjonarne: 24h	Nakład pracy: Liczba punktów ECTS: 3 Liczba godzin pracy: 75

Miejsce przedmiotu w programie studiów

Przedmiot „Rysunek i kompozycja 1” nie tylko rozwija umiejętności rysunkowe osób studiujących, ale też pogłębia ich zdolność obserwacji, analizy oraz kreatywnego myślenia. Osoby studiujące poznają najważniejsze techniki rysunkowe, zasady perspektywy, światłocienia i kompozycji. Zajęcia mają charakter praktyczny i pozwalają na rozwijanie wyobraźni przestrzennej i umiejętności manualnych. Równoległe osoby studiujące poznają zasady tworzenia scenorysów, gdzie nacisk położony jest na narrację. Kontynuacją przedmiotu jest „Rysunek i kompozycja 2”, a następnie – zależnie od wybranej specjalności – „Struktury wizualne”, „Myślenie wizualne” lub „Scenorys zaawansowany”. Zdobyte kompetencje są niezbędne w dalszej edukacji na kierunku Grafika Reklamowa i Multimedia oraz przy realizacji przyszłych projektów.

Efekty uczenia się

Kod kierunkowego efektu uczenia się	Przedmiotowe efekty uczenia się	Weryfikacja efektów uczenia się
GRM1_W04	Student(ka) zna i rozumie w stopniu średniozaawansowanym zasady tworzenia kompozycji w oparciu o elementy takie jak linia, kształt, forma, kolor i tekstura, z uwzględnieniem światłocienia i modelowania form.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_U02	Student(ka) potrafi analizować oraz krytycznie oceniać obraz rysowanej natury, w tym rozumieć oraz interpretować formy, struktury i proporcje widziane w otoczeniu, aby stworzyć z nich rysunek realistyczny.	Metoda 1 Metoda 2

GRM1_U06	Student(ka) potrafi stosować zasady kompozycji w praktyce, tworząc spójne i przemyślane prace rysunkowe, uwzględniające odpowiednią organizację przestrzeni i relacje między elementami rysunku.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_U07	Student(ka) potrafi posługiwać się narzędziami i technikami rysunkowymi, takimi jak: ołówek, węgiel, tusz. Potrafi świadomie dobrać odpowiednie narzędzia i techniki w zależności od charakteru i założeń twórczych pracy, uwzględniając precyzję, detale i wyrazistość formy.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_U09	Student(ka) potrafi prowadzić szkicownik i zapisywać pomysły kompozycyjne w formie wizualnej.	Metoda 1 Metoda 2

Opis i treści programowe
warsztaty
<p>Opis: Celem przedmiotu jest wprowadzenie studentów w podstawowe zagadnienia związane z rysunkiem i kompozycją, rozwinięcie umiejętności rysunkowych, zrozumienie zasad kompozycji oraz ich umiejętne i praktyczne zastosowanie w projektowaniu graficznym i multimedialnym. Studenci uczą się podstawowych technik rysunkowych, zasad perspektywy, światłocienia oraz kompozycji obrazu.</p>
<p>Treści: Techniki rysunkowe – podstawowe techniki rysunkowe Praca z natury – analiza obserwowanej natury – interpretacja natury w formie rysunkowej – ćwiczenia warsztatowe na zadany temat (martwa natura, studium obiektów, szkice) – rysunek studyjny – rysunek przestrzenny – światłocień i modelowanie form Kompozycja – zasady kompozycji – kompozycja w rysunku – analiza i krytyka prac – ekspresja, forma, treść</p>
<p>Metody dydaktyczne Metody dydaktyczne wspierające osiągnięcie efektów uczenia się oraz działające na rzecz równości i równego zaangażowania wszystkich uczestników. – Podawcze: prezentacje – Angażujące i inkluzywne: ćwiczenia praktyczne w pracowni, praca w grupach, dyskusje, korekty indywidualne i grupowe z prowadzącym</p>
<p>Literatura obowiązkowa: 1. Hogarth, W. (2008). <i>Analiza piękna</i>. Gdańsk: Wydawnictwo słowo/obraz terytoria.</p>

Literatura uzupełniająca:

1. Klee, P. (2023). *Szkicownik pedagogiczny*. Kraków: Rewizje.
2. Escher, M. C. (2005). *Seria Malarze świata*. Warszawa: Wydawnictwo Taschen.

Weryfikacja efektów uczenia się

	Forma weryfikacji	Warunek zaliczenia
Metoda 1	zadania praktyczne z rysunku i kompozycji	– minimalna liczba punktów konieczna do zaliczenia: 35 – maksymalna liczba punktów do zdobycia: 70
Metoda 2	przegląd zestawu zadań praktycznych z udziałem studenta(-ki)	– minimalna liczba punktów konieczna do zaliczenia: 16 – maksymalna liczba punktów do zdobycia: 30

Ocena końcowa

Warunkiem uzyskania oceny pozytywnej z przedmiotu jest zdobycie minimalnej liczby punktów określonej dla każdego zadania. Obecność na zajęciach jest obowiązkowa. Ocena z przedmiotu wystawiana jest na podstawie sumy punktów zgodnie z poniższą skalą i progami:

91 – 100 punktów oznacza 5 (bardzo dobry)

81 – 90 punktów oznacza 4+ (dobry plus)

71 – 80 punktów oznacza 4 (dobry)

61 – 70 punktów oznacza 3+ (dostateczny plus)

51 – 60 punktów oznacza 3 (dostateczny)

poniżej 51 punktów oznacza 2 (niedostateczny), przedmiot musi być powtórzony.

KARTA PRZEDMIOTU

Nazwa przedmiotu: Projektowanie grafiki rastrowej 1		Formy: warsztaty	Obligatoryjność: obowiązkowy
Kierunek studiów: Grafika reklamowa i multimedia specjalność: -		Poziom studiów: studia pierwszego stopnia	Język wykładowy: polski
Forma studiów: studia stacjonarne (ST) studia niestacjonarne (NST)	Semestr: 1 (ST, NST)	Liczba godzin w planie studiów: studia stacjonarne: 30h studia niestacjonarne: 24h	Nakład pracy: Liczba punktów ECTS: 3 Liczba godzin pracy: 75

Składowe przedmiotu

1. Wprowadzenie do oprogramowania graficznego (warsztaty) – forma stacjonarna - 10h; forma niestacjonarna - 9h
2. Narzędzia do grafiki rastrowej (warsztaty) – forma stacjonarna - 20h; forma niestacjonarna - 15h

Miejsce przedmiotu w programie studiów

Przedmiot „Projektowanie grafiki rastrowej 1” otwiera cykl rozwijający umiejętności cyfrowej obróbki obrazu. Składowa „Wprowadzenie do oprogramowania graficznego” zapoznaje osoby studiujące z działaniem i przeznaczeniem współcześnie używanych narzędzi pracy projektanta grafiki. Praca w ramach warsztatów „Narzędzia do grafiki rastrowej” jest już prowadzona za pomocą projektów, których zakres i realizacja jest warunkowana użyciem wskazanych narzędzi lub procedur. Równoległe osoby studiujące zdobywają kompetencje z zakresu komunikacji wizualnej i typografii, do których również nawiązują treści przedmiotu. Uzupełnieniem edukacji w obszarze narzędzi jest posługiwanie się grafiką wektorową oraz praca z narzędziami do edycji wideo i animacji. Zdobyte umiejętności z zakresu grafiki rastrowej są niezbędne w dalszym toku kształcenia oraz na każdej możliwej ścieżce kariery projektanta grafiki i multimedialistów.

Efekty uczenia się		
Kod kierunkowego efektu uczenia się	Przedmiotowe efekty uczenia się	Weryfikacja efektów uczenia się
GRM1_W11	Student(ka) w stopniu średniozaawansowanym zna i rozumie trendy w rozwoju oprogramowania graficznego, w tym wpływ rozwoju oprogramowania na metody tworzenia i edycji obrazu oraz druku i wyświetlania obrazu.	Metoda 1
GRM1_U06	Student(ka) potrafi posługiwać się własną ekspresją artystyczną w celu edycji i tworzenia prostych obrazów w oparciu o posiadane umiejętności z zakresu obsługi programów pakietu Adobe CC, w szczególności programu Adobe Photoshop.	Metoda 1
GRM1_U09	Student(ka) potrafi doskonalić warsztat artystyczny korzystając z kursów elearningowych dotyczących oprogramowania do edycji grafiki rastrowej publikowanych przez twórców oprogramowania dostępnych w pakiecie Adobe CC.	Metoda 2
GRM1_U10	Student(ka) potrafi komunikować się w języku branżowym na tematy dotyczące cyfrowej obróbki obrazu z wykorzystaniem terminologii zrozumiałej dla użytkowników pakietu Adobe CC.	Metoda 2
GRM1_K01	Student(ka) jest gotów(-owa) do krytycznej oceny pozyskanych wiedzy oraz umiejętności z zakresu cyfrowej obróbki obrazu. Świadomie dobiera cyfrowe narzędzia do ich edycji obrazu w pakiecie Adobe CC.	Metoda 1

Opis i treści programowe

warsztaty - Wprowadzenie do oprogramowania graficznego

Opis:

Przedmiot wprowadza osoby studiujące w podstawy tworzenia i edytowania obrazu cyfrowego z użyciem pakietu Adobe CC. Podczas zajęć osoby studiujące zapoznają się z rodzajami grafiki komputerowej oraz zasadami cyfrowej obróbki obrazu. Nauczą się również korzystać z oprogramowania Adobe CC, które jest standardowym zestawem narzędzi do obróbki obrazu używanym w branżach reklamowej, edytorskiej, filmowej i UX.

Treści:

- Cyfrowy obraz - grafika rastrowa i wektorowa, grafika ruchoma
- Pakiet Adobe CC - programy, zasoby on-line
- Interfejs programów Adobe - funkcje, panele, ikony, wyświetlane informacje
- Ustawienia programów Adobe
- Otwieranie i zapisywanie plików, utrzymywanie porządku w plikach, nazewnictwo plików
- Importowanie i eksportowanie elementów, elementy osadzone a zagnieżdżone
- Panele wspólne - typografia, palety kolorów, biblioteki

Przykładowe ćwiczenia:

- W programie Illustrator zaimportuj bitmapę, powiel, a następnie jedną z nich osadź w dokumencie; stwórz własną paletę kolorów i ją wyeksportuj; zapisz plik w formacie AI pod poprawną nazwą;
- W programie Photoshop stwórz dwie warstwy - graficzną rastrową i tekstową; do kolorowania obiektów użyj palety stworzonej wcześniej w programie Illustrator; zapisz plik w formacie PSD pod poprawną nazwą;
- W programie InDesign zaimportuj pliki PSD i AI na dwie różne warstwy, dodaj kolejną warstwę; zaimportuj paletę i użyj jej przy budowaniu nowych obiektów; nazwij poprawnie wszystkie warstwy, zapisz plik pod poprawną nazwą;

Metody dydaktyczne

Metody dydaktyczne wspierające osiągnięcie efektów uczenia się oraz działające na rzecz równości i równego zaangażowania wszystkich uczestników.

- Podawcze: instruktaż, prezentacja
- Angażujące: ćwiczenia
- Inkluzywne: indywidualne korekty

Literatura obowiązkowa:

1. Dabner, D., Stewart, S., & Zempol, E. (2015). *Szkoła projektowania graficznego*. Warszawa: Arkady. [88–97, 106–119].

Literatura uzupełniająca:

1. <https://creativecloud.adobe.com/cc/discover/career-resources/>

warsztaty - Narzędzia do grafiki rastrowej

Opis:

Osoby studiujące uczą się podstaw tworzenia i modyfikacji grafiki rastrowej. Poznają ogólne zasady pracy w programie Adobe Photoshop, ustawienia programu, specyfikę interface'u, podstawowe panele i narzędzia, skróty klawiaturowe, obsługę warstw itp. W ramach zadań będą korygować dostarczone zdjęcia oraz tworzyć pierwsze prace własne.

Treści:

- personalizacja programu Adobe Photoshop, podstawowe narzędzia i skróty, ergonomia pracy;
- rodzaje plików, współpraca z innymi programami graficznymi;
- kadrowanie pola roboczego;
- podstawy retuszu zdjęcia;
- podstawy korekcji kolorystycznej, efekty specjalne, podstawowe filtry;
- warstwy, fotomontaż;
- wprowadzanie tekstu;

Przykładowe ćwiczenia:

- Formatowanie, korekta kolorystyczna i retusz zdjęcia
- Ilustracja cyfrowa - ćwiczenie z manipulacji i fotomontażu obrazem na podstawie interpretacji wybranych dzieł sztuki
- Ilustracja z użyciem liternictwa - kompozycja obrazu z tekstem

Metody dydaktyczne

Metody dydaktyczne wspierające osiągnięcie efektów uczenia się oraz działające na rzecz równości i równego zaangażowania wszystkich uczestników.

- Podawcze: instruktaż, prezentacja
- Angażujące: ćwiczenia
- Inkluzywne: indywidualne korekty

Literatura obowiązkowa:

1. Chavez, C. (2023). *Adobe Photoshop PL. Oficjalny podręcznik*. Gliwice: Helion.
2. Itten, J. (2015). *Sztuka barwy*. Kraków: d2d.pl.
3. Genew, S. (2022). *Kompozycja w sztuce cyfrowej. Podstawy*. Kraków: d2d.pl.

Weryfikacja efektów uczenia się

	Forma weryfikacji	Warunek zaliczenia
Metoda 1	Przegląd zestawu ćwiczeń praktycznych z udziałem studenta(ki)	<ul style="list-style-type: none">– minimalna liczba punktów konieczna do zaliczenia: 25– maksymalna liczba punktów do zdobycia: 50
Metoda 2	Sprawdzian umiejętności praktycznych obejmujący również znajomość słownictwa specjalistycznego	<ul style="list-style-type: none">– minimalna liczba punktów konieczna do zaliczenia: 26– maksymalna liczba punktów do zdobycia: 50

Ocena końcowa

Warunkiem uzyskania oceny pozytywnej z przedmiotu jest zdobycie minimalnej liczby punktów określonej dla każdego zadania. Obecność na zajęciach jest obowiązkowa. Ocena z przedmiotu wystawiana jest na podstawie sumy punktów zgodnie z poniższą skalą i progami:

91 – 100 punktów oznacza 5 (bardzo dobry)

81 – 90 punktów oznacza 4+ (dobry plus)

71 – 80 punktów oznacza 4 (dobry)

61 – 70 punktów oznacza 3+ (dostateczny plus)

51 – 60 punktów oznacza 3 (dostateczny)

poniżej 51 punktów oznacza 2 (niedostateczny), przedmiot musi być powtórzony.

KARTA PRZEDMIOTU

Nazwa przedmiotu: Projektowanie grafiki wektorowej		Formy: warsztat	Obligatoryjność: obowiązkowy
Kierunek studiów: Grafika reklamowa i multimedia specjalność: -		Poziom studiów: studia pierwszego stopnia	Język wykładowy: polski
Forma studiów: studia stacjonarne (ST) studia niestacjonarne (NST)	Semestr: 1 (ST, NST)	Liczba godzin w planie studiów: studia stacjonarne: 30h studia niestacjonarne: 24h	Nakład pracy: Liczba punktów ECTS: 3 Liczba godzin pracy: 75

Miejsce przedmiotu w programie studiów

Przedmiot „Projektowanie grafiki wektorowej” jest częścią cyklu poświęconego projektowaniu za pomocą współczesnych narzędzi. Odbywa się na programie Adobe Illustrator z uwagi na jego aktualną dominację w studiach projektowych, ale wskazuje też inne możliwości edycji wektorów i stałe zasady oraz możliwości i ograniczenia wiążące się z tym typem zapisu obrazu. Kurs opiera się na wiedzy i umiejętnościach zdobytych na wcześniejszych zajęciach, takich jak „Wprowadzenie do oprogramowania graficznego”, oraz uzupełnia treści omawiane na przedmiotach „Komunikacja wizualna 1” i „Typografia”. Dzięki temu studenci nabywają kompleksowe umiejętności projektowe, które są niezbędne w dalszym toku kształcenia oraz w profesjonalnej praktyce projektanta grafiki i multimedialistów.

Efekty uczenia się

Kod kierunkowego efektu uczenia się	Przedmiotowe efekty uczenia się	Weryfikacja efektów uczenia się
GRM1_W11	Student(ka) zna i rozumie trendy w rozwoju oprogramowania graficznego do edycji i tworzenia grafiki wektorowej, w tym wpływ rozwoju tego oprogramowania na metody tworzenia i edycji obrazu oraz druku i wyświetlania obrazu.	Metoda 1
GRM1_U06	Student(ka) potrafi posługiwać się własną ekspresją artystyczną w tworzeniu oryginalnych projektów graficznych, wykorzystując techniki grafiki wektorowej.	Metoda 1
GRM1_U09	Student(ka) potrafi korzystać z pomocy i materiałów e-learningowych dotyczących oprogramowania do edycji grafiki wektorowej dostępnych między innymi w pakiecie Adobe CC by rozwijać swój warsztat narzędziowy.	Metoda 1

GRM1_U10	Student(ka) potrafi komunikować się na tematy związane z grafiką wektorową z wykorzystaniem terminologii zrozumiałej dla użytkowników programu Adobe Illustrator.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_K01	Student(ka) jest gotów(-owa) do krytycznej oceny wiedzy oraz umiejętności z zakresu edycji grafiki wektorowej. Świadomie dobiera narzędzia i materiały źródłowe do obróbki w pracy nad projektowaniem grafiki wektorowej.	Metoda 1 Metoda 2

Opis i treści programowe	
warsztaty	
<p>Opis: Osoby studiujące poznają metody pracy w programie graficznym Adobe Illustrator oraz kluczowe zasady tworzenia kompozycji, kolorystyki, typografii oraz pracy z formami geometrycznymi, a także techniki tworzenia projektów wektorowych. W ramach zajęć osoby studiujące rozwijają umiejętność kreatywnego myślenia, projektowania wizualnego oraz efektywnej komunikacji za pomocą grafiki wektorowej. Kurs kładzie nacisk na naukę narzędzi do edycji i tejsze grafiki oraz proces twórczy: eksperymentowanie z formami oraz dostosowywanie projektów do różnych mediów – od druku po cyfrowe platformy.</p>	
<p>Treści:</p> <ul style="list-style-type: none"> – grafika wektorowa, krzywe – wypełnieniem, obrys, wymiary, proporcje – typografia, kompozycja, kolor, rozbarwienie – formaty plików (Ai, SVG, PDF) <p>Ćwiczenia i zadania projektowe takie:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Piktogram na podstawie szkicu 2. Ilustracja emocji z użyciem prostych kształtów 3. Mapa: moja droga do szkoły - linie, wzorki, piktogramy, tekst 4. Autoportret 	
<p>Metody dydaktyczne</p> <p>Metody dydaktyczne wspierające osiągnięcie efektów uczenia się oraz działające na rzecz równości i równego zaangażowania wszystkich uczestników.</p> <ul style="list-style-type: none"> – Podawcze: prezentacja wprowadzająca do omawianego tematu – Angażujące: ćwiczenia projektowe, dyskusje na forum grupy w celu analizy i weryfikacji założeń i rozwiązań projektowych, prezentacje własnych projektów w celu rozwijania umiejętności argumentacji – Inkluzywne: indywidualne konsultacje zadań projektowych 	
<p>Literatura obowiązkowa:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Wood, B. (2023). <i>Adobe Illustrator PL. Oficjalny podręcznik</i>. Gliwice: Helion. <p>Literatura uzupełniająca:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Mogilnicki, P. (2022). <i>Nówka sztuka. Młoda polska ilustracja</i>. Kraków: Karakter. 2. Hardziej, P. (2019). <i>CPN - analiza identyfikacji wizualnej</i>. Kraków: Karakter. 	

Weryfikacja efektów uczenia się		
	Forma weryfikacji	Warunek zaliczenia
Metoda 1	Przegląd zestawu ćwiczeń praktycznych z udziałem studenta(ki)	<ul style="list-style-type: none"> – minimalna liczba punktów konieczna do zaliczenia: 40 – maksymalna liczba punktów do zdobycia: 80
Metoda 2	Sprawdzian ze znajomości oprogramowania	<ul style="list-style-type: none"> – minimalna liczba punktów konieczna do zaliczenia: 11 – maksymalna liczba punktów do zdobycia: 20

Ocena końcowa
<p>Warunkiem uzyskania oceny pozytywnej z przedmiotu jest zdobycie minimalnej liczby punktów określonej dla każdego zadania. Obecność na zajęciach jest obowiązkowa. Ocena z przedmiotu wystawiana jest na podstawie sumy punktów zgodnie z poniższą skalą i progami:</p> <p>91 – 100 punktów oznacza 5 (bardzo dobry) 81 – 90 punktów oznacza 4+ (dobry plus) 71 – 80 punktów oznacza 4 (dobry) 61 – 70 punktów oznacza 3+ (dostateczny plus) 51 – 60 punktów oznacza 3 (dostateczny) poniżej 51 punktów oznacza 2 (niedostateczny), przedmiot musi być powtórzony.</p>

KARTA PRZEDMIOTU

Nazwa przedmiotu: Wstęp do animacji i postprodukcji 1		Formy: warsztaty konwersatorium	Obligatoryjność: obowiązkowy
Kierunek studiów: Grafika reklamowa i multimedia specjalność: -		Poziom studiów: studia pierwszego stopnia	Język wykładowy: polski
Forma studiów: studia stacjonarne (ST) studia niestacjonarne (NST)	Semestr: 1 (ST, NST)	Liczba godzin w planie studiów: studia stacjonarne: 60h studia niestacjonarne: 45h	Nakład pracy: Liczba punktów ECTS: 5 Liczba godzin pracy: 125

Składowe przedmiotu

1. Techniki animacji i postprodukcji 1 (warsztaty) – forma stacjonarna - 30h; forma niestacjonarna - 24h
2. Scenorys – podstawy (warsztaty) – forma stacjonarna - 10h; forma niestacjonarna - 9h
3. Historia sztuk audiowizualnych 1 (konwersatorium) – forma stacjonarna - 20h; forma niestacjonarna - 12h

Miejsce przedmiotu w programie studiów

„Wstęp do animacji i postprodukcji 1” należy do puli przedmiotów uczących kreacji za pomocą współczesnych narzędzi, i pierwszym poświęconym w całości ruchomemu obrazowi. Dzięki zróżnicowaniu form zajęć za pomocą 3 składowych, osoby studiujące rozwijają wiedzę z zakresu kultury audiowizualnej („Historia sztuk audiowizualnych”) oraz warsztat artystyczny związany z multimediami („Scenorys” i „Techniki animacji i postprodukcji 1”). Przedmiot jest komplementarny dla większości zajęć z pierwszego semestru, a jego poszczególne moduły uzupełniają treści takich przedmiotów jak „Historia sztuki i projektowania”, „Komunikacja wizualna 1”, „Rysunek i kompozycja” oraz projektowanie grafiki rastrowej i wektorowej. Kontynuacją przedmiotu jest „Wstęp do animacji i postprodukcji 2”, który odbywa się semestrze drugim. Kompetencje projektowe w zakresie multimedii pozyskane na tych dwóch przedmiotach są następnie wykorzystywane na licznych przedmiotach projektowych. Dla osób wybierających specjalność Multimedia przedmiot stanowi bazę do dalszego rozwoju w tym kierunku.

Efekty uczenia się		
Kod kierunkowego efektu uczenia się	Przedmiotowe efekty uczenia się	Weryfikacja efektów uczenia się
GRM1_W03	Student(ka) ma średniozaawansowaną wiedzę na temat procesu powstawania animacji na wszystkich jego etapach od koncepcji, przez scenorys po realizację, a także rozumie rolę, jaką pełni w tym procesie poprawnie zaprojektowana struktura scenorysu.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_W04	Student(ka) posiada zaawansowaną wiedzę na temat stosowanych w animacji narzędzi i umiejętności warsztatowych oraz rozumie zasady posługiwania się ekspresją artystyczną właściwą dla tego medium w przygotowaniu projektów na potrzeby grafiki reklamowej i multimedialnych.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_W10	Student(ka) zna podstawowe linie rozwojowe budowania fabuły i rozumie wpływ reprezentatywnych dzieł sztuki i kultury popularnej na historię i współczesność narracji wizualnej.	Metoda 1 Metoda 2 Metoda 3
GRM1_U02	Student(ka) potrafi dokonać selekcji, analizy i krytycznej oceny informacji na potrzeby realizacji scenorysu.	Metoda 2 Metoda 3
GRM1_U06	Student(ka) potrafi, posługując się własną ekspresją artystyczną, wizualizować pomysły i przekształcać scenariusze w zrozumiałe plany wizualne, które mogą być wykorzystane w produkcji animacyjnej lub filmowej.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_U07	Student(ka) potrafi dobrać odpowiednie narzędzia cyfrowe do realizacji projektów związanych z animacją i postprodukcją.	Metoda 2

Opis i treści programowe
warsztaty - Techniki animacji i postprodukcji 1
<p>Opis: Celem kursu <i>Techniki animacji i postprodukcji</i> jest zapoznanie osób studiujących z narzędziami, procesami oraz zasadami tworzenia animacji i zaawansowanej obróbki materiałów audiowizualnych. Osoby studiujące nauczą się, jak projektować dynamiczne, atrakcyjne treści wizualne, wykorzystując techniki animacji 2D i 3D. Podczas zajęć zdobędą umiejętności tworzenia prostych animacji. Poznają także ogólne zasady pracy w programie Adobe After Effects, tworzą pierwsze ruchome prace własne oraz uczą się je modyfikować.</p>
<p>Treści: Nauka interfejsu programu After Effects</p> <ul style="list-style-type: none"> – Zapoznanie z czterema podstawowymi panelami widokowymi (<i>project, timeline, composition, effects</i>); – Zapoznanie z ikonkami w panelu z narzędziami oraz z przestrzeniami roboczymi (<i>workspace</i>); – Zapoznanie z ikonkami i funkcjami panelu <i>Composition</i>;

- Zapoznanie z panelem *timeline* , rodzajami warstw, rodzajami klatek kluczowych;
- Zapoznanie z panelem *effects & presets* oraz *Effect controls*.

Podstawy tworzenia ruchu

- Importowanych obiektów gotowych (grafika wektorowa, rastrowa, video, logotyp); animowanie obiektów na podstawowych atrybutach każdej warstwy: skali, pozycji, kryciu, rotacji;
- Podstawy tworzenia obiektów wektorowych wewnątrz programu (*shape layers*) i narzędzia do ich animacji oraz modyfikatory;
- Podstawowe narzędzia do animacji i edycji typografii (*type tool, text layers, zakładka animate, text presets*);
- Narzędzia do maskowania elementów w ruchu (*track matte*) i pracy z kanałami (alfa, luma);
- Wprowadzenie do zaawansowanej pracy z ruchem na klatkach kluczowych oraz zastosowanie rodzajów klatek kluczowych w celu uzyskania określonego rodzaju ruchu;
- Ruch i masa animowanych obiektów: piłka i pióro animowane i edytowane na krzywej ruchu Beziera w zakładce *Graph editor*.

Podstawy 3D w After Effects

- Zapoznanie z warstwami i ich właściwościami do pracy w kompozycji 3D takimi jak: *camera, light , 3D text layer, 3D shape layer*;
- Poznanie silników renderujących 3D i ich różnic (*classic, advanced, Cinema 4D*);
- Kompozycja z użyciem kamery 3D, warstw “2,5D” (płaskich elementów) oraz 3D (importowanych obiektów).

Zadania warsztatowe:

Animowana, autorska wizytówka/intro. Zdefiniowanie abstrakcyjnej wizji animowanej wizytówki, która niekoniecznie opiera się na dosłownych reprezentacjach, lecz na abstrakcyjnych formach i kolorach. Ustalenie, jak poprzez abstrakcję można komunikować kluczowe informacje. Technika wykonania — dowolna technika cyfrowa, styl dowolny, format 1080x1080px. Proces projektowy: rysunki.

Metody dydaktyczne

Metody dydaktyczne wspierające osiągnięcie efektów uczenia się oraz działające na rzecz równości i równego zaangażowania wszystkich uczestników.

- Podawcze: interaktywne prezentacje multimedialne wprowadzające do tematu
- Angażujące: ćwiczenia praktyczne przy komputerach, dyskusje

Literatura obowiązkowa:

1. Beck, J. (2006). *Sztuka animacji. Od ołówka do piksela. Historia filmu animowanego*. Warszawa: Arkady.
2. Williams, R., & Wells, P. (2010). *Animacja*. Warszawa: PWN.
3. Williams, R. (2012). *The Animator's Survival Kit: A Manual of Methods, Principles and Formulas for Classical, Computer, Games, Stop Motion and Internet Animators* (4th ed., revised). New York: Farrar, Straus and Giroux.
4. Roberts, S. (2020). *Animation Techniques*. Cambridge: Pegasus Elliot Mackenzie Publishers.

Literatura uzupełniająca:

1. Shaw, A. (2019). *Design for Motion: Fundamentals and Techniques of Motion Design*. New York: Routledge.

2. Parr, P. (2018). *Sketching for Animation: Developing Ideas, Characters and Layouts in Your Sketchbook*. London: Bloomsbury Academic.
3. Frukacz, M. (2008). *24 klatki na sekundę. Rozmowy o animacji*. Kraków: Lokator.

warsztaty - Scenorys – podstawy

Opis:

Warsztaty ze scenorysu mają na celu rozwijanie umiejętności planowania i wizualizacji projektów animacyjnych i filmowych. Na początku osoby studiujące są zapoznawane z teoretyczną wiedzą na temat roli scenorysu w procesie produkcji filmowej i animacyjnej oraz jego strukturą, a następnie mają możliwość zastosowania tej wiedzy w rzeczywistych projektach, rozwijając umiejętności w zakresie tworzenia i analizy scenorysów oraz efektywnego planowania narracji wizualnej.

Treści:

1. Definicja i rola scenorysu w procesie produkcji filmowej i animacyjnej.
2. Zasady narracji wizualnej: planowanie ujęć, kompozycja, kąt kamery, ruch.
3. Struktura scenorysu: od idei do gotowego projektu.
4. Narzędzia do tworzenia scenorysów – analogowe i cyfrowe podejście.
5. Tworzenie prostego scenorysu do krótkiej animacji lub filmu. Ćwiczenia z rozplanowania narracji wizualnej, tempa, rytmu opowieści.
6. 6. Analiza scenorysów z różnych produkcji filmowych i animacyjnych.

Zadania warsztatowe:

- **Animowana, autorska wizytówka.** Tworzenie prostego scenorysu do krótkiej animacji. Należy opracować plan wizualny, który obejmuje kluczowe ujęcia i ich kolejność. Zadanie jest skorelowane z ćwiczeniami realizowanymi na Technikach animacji i postprodukcji 1.
- **Od ciszy do hałasu.** Opracowanie scenorysu przedstawiającego przejście od spokojnej, cichej sceny do pełnej akcji i dźwięków. Skoncentrowanie się na zmianach wizualnych – dynamice ruchu kamery, kompozycji i rytmie ujęć – w celu oddania przełomu. Opisanie, jak wizualne zmiany wpływają na intensywność sceny.
- **Wizualna metafora.** Opracowanie scenorysu, w którym główny temat lub motyw jest przedstawiony za pomocą wizualnych metafor.

Metody dydaktyczne:

Metody dydaktyczne wspierające osiągnięcie efektów uczenia się oraz działające na rzecz równości i równego zaangażowania wszystkich uczestników.

- Podawcze: interaktywne prezentacje multimedialne
- Angażujące: ćwiczenia praktyczne przy komputerach pod okiem prowadzącego, dyskusje
- Inkluzywne: indywidualne korekty, tempo wykonywanych ćwiczeń jest dostosowane do warsztatowych umiejętności osób studiujących,

Literatura obowiązkowa:

1. Block, B. (2021). *Visual Story*. London & New York: Routledge.
2. Simon, M. (2010). *Storyboard - Ruch w sztuce filmowej*. Warszawa: Wydawnictwo Wojciech Marzec.
3. Górską, M. (2024). *Natural Storytelling / Visual Storytelling*. Warszawa: PWN.

Literatura uzupełniająca:

1. Cristiano, G. (2013). *Kurs tworzenia storyboardów*. Warszawa: ABE Dom Wydawniczy.

konwersatorium - Historia sztuk audiowizualnych

Opis:

Konwersatorium Historia sztuk audiowizualnych jest przeglądem najważniejszych wydarzeń i zjawisk odnoszących się do sztuki audiowizualnej XX i XXI wieku. Przedmiot dotyczy wybranych przykładów sztuki audiowizualnej, w tym sztuki dźwiękowej i intermedialnej.

Treści:

Kurs dotyczy przekroju i ewolucji sztuk audiowizualnych w tym animacji na przestrzeni ostatniego stulecia. Studenci/teki poznają prekursorów i entuzjastów różnych technik animacji, technologie i osobowości w dziedzinie sztuk audiowizualnych które na zawsze zapisały się w historii i stały się kamieniami milowymi w historii sztuk audiowizualnych.

Zakres będzie obejmował zarówno alternatywnych twórców, pionierów animacji artystycznej, jak i wielkie studia animacji w Europie, Japonii i USA od początków XX w. do współczesności.

Podczas zajęć omówiona będzie historia od Eksperymentów z rotoskopem Fleischera, animowanymi przedmiotami, kukiełkami, wieloplanem, po najnowsze osiągnięcia technik cyfrowych w filmach animowanych, teledyskach czy widowiskach teatralnych i muzycznych.

Metody dydaktyczne:

Metody dydaktyczne wspierające osiągnięcie efektów uczenia się oraz działające na rzecz równości i równego zaangażowania wszystkich uczestników.

- Podawcze: prezentacja multimedialna
- Angażujące: dyskusje i warsztaty

Literatura obowiązkowa:

1. Cox, C., & Warner, D. (2010). *Kultura dźwięku*. Gdańsk: Słowo/obraz terytoria.
2. Collins, N. (2004). *Hardware Hacking*. Pobrano z <https://www.nicolascollins.com/texts/originalhackingmanual.pdf>
3. Higgins, D. (1966). Intermedia. *The Something Else Newsletter*, 1(1).

Literatura uzupełniająca:

1. Kotoński, W. (2015). *Muzyka elektroniczna*. Warszawa: PWN.

Weryfikacja efektów uczenia się

	Forma weryfikacji	Warunek zaliczenia
Metoda 1	Przegląd zestawu zadań praktycznych z udziałem studenta(-ki)	<ul style="list-style-type: none">– minimalna liczba punktów konieczna do zaliczenia: 10– maksymalna liczba punktów do zdobycia: 20
Metoda 2	Zadania warsztatowe, projektowe	<ul style="list-style-type: none">– minimalna liczba punktów konieczna do zaliczenia: 25– maksymalna liczba punktów do zdobycia: 50
Metoda 3	Analiza materiałów audiowizualnych (case studies)	<ul style="list-style-type: none">– minimalna liczba punktów konieczna do zaliczenia: 15– maksymalna liczba punktów do zdobycia: 30

Ocena końcowa

Warunkiem uzyskania oceny pozytywnej z przedmiotu jest zdobycie minimalnej liczby punktów określonej dla każdego zadania. Obecność na zajęciach jest obowiązkowa. Ocena z przedmiotu wystawiana jest na podstawie sumy punktów zgodnie z poniższą skalą i progami:

91 – 100 punktów oznacza 5 (bardzo dobry)

81 – 90 punktów oznacza 4+ (dobry plus)

71 – 80 punktów oznacza 4 (dobry)

61 – 70 punktów oznacza 3+ (dostateczny plus)

51 – 60 punktów oznacza 3 (dostateczny)

poniżej 51 punktów oznacza 2 (niedostateczny), przedmiot musi być powtórzony.

KARTA PRZEDMIOTU

Nazwa przedmiotu: Prawo i etyka w projektowaniu		Formy: konwersatorium	Obligatoryjność: obowiązkowy
Kierunek studiów: Grafika reklamowa i multimedia specjalność: -		Poziom studiów: studia pierwszego stopnia	Język wykładowy: polski
Forma studiów: studia stacjonarne (ST) studia niestacjonarne (NST)	Semestr: 1 (ST, NST)	Liczba godzin w planie studiów: studia stacjonarne: 18h studia niestacjonarne: 12h	Nakład pracy: Liczba punktów ECTS: 1 Liczba godzin pracy: 25

Miejsce przedmiotu w programie studiów

Przedmiot „Prawo i etyka w projektowaniu” stanowi wprowadzenie w istotny element kontekstu projektowania. Jego uzupełnieniem w pierwszym semestrze jest przedmiot „Kompetencje społeczne i akademickie”, gdzie szczegółowo omawiane są zagadnienia związane etycznym stosowaniem SI i z kryteriami samodzielności prac studenckich. Wiedza i umiejętności z tego przedmiotu są wykorzystywane m.in. na zajęciach projektowych, które korzystają z baz zdjęć, fontów, audio i wideo oraz różnorodnych grafik, np. ikon. Są one również niezbędne w procesie dyplomowania oraz w trakcie praktyk zawodowych.

Efekty uczenia się

Kod kierunkowego efektu uczenia się	Przedmiotowe efekty uczenia się	Weryfikacja efektów uczenia się
GRM1_W06	Student(ka) zna i rozumie etyczny charakter decyzji projektowych w pracy projektanta(-ki). Zna obowiązki projektanta wobec klienta, społeczeństwa i innych projektantów, a także rozumie pojęcie odpowiedzialności społecznej projektowania.	Metoda 1
GRM1_W07	Student(ka) zna i rozumie pojęcia z zakresu ochrony własności intelektualnej i praw autorskich, które w pracy projektanta(-ki) grafiki użytkowej, interaktywnej i multimediów umożliwia przestrzeganie cudzych praw i ochronę własnych.	Metoda 1
GRM1_W09	Student(ka) zna i rozumie uwarunkowania prowadzenia działalności zawodowej projektanta wynikające z prawa autorskiego.	Metoda 1

GRM1_K09	Student(ka) jest gotów(-owa) do przestrzegania zasad etyki zawodowej projektanta(-ki) grafiki użytkowej, interaktywnej i multimedialnych oraz do klarownego komunikowania tych zasad otoczeniu.	Metoda 1
----------	---	----------

Opis i treści programowe	
konwersatorium	
Opis:	Podczas kursu osoby studiujące poznają najważniejsze przepisy i definicje zawarte w ustawie o prawie autorskim i prawach pokrewnych (utwór, utwory zależne, prawa autorskie osobiste i majątkowe, dozwolony użytek, umowy prawnoautorskie, licencje creative commons, legalne pozyskiwanie i korzystanie z utworów) wraz z przykładami ich stosowania oraz przepisy dotyczące znaków towarowych z ustawy prawo własności przemysłowej. Poznają także zasady związane z etyką w pracy projektanta, które pozwolą im postępować słusznie w pracy zawodowej. Celem przedmiotu jest także zwrócenie uwagi osób studiujących na prawne, społeczne i gospodarcze znaczenie praw na dobrach niematerialnych oraz zasady odpowiedzialności za naruszenie praw na dobrach niematerialnych.
Treści:	<p>Prawo w projektowaniu:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Utwór, utwory zależne, utwory inspirowane; – Prawa autorskie osobiste i majątkowe; – Umowy autorskie; – Dozwolony użytek; – Plagiat; – Prawo autorskie w Internecie; – Licencje Creative Commons; – Znaki towarowe; <p>Etyka w projektowaniu:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Projektowanie odpowiedzialne społecznie; – Etyka w zawodzie projektanta. <ul style="list-style-type: none"> – obowiązki projektanta wobec społeczeństwa – obowiązki projektanta wobec zleceniodawcy/klienta – obowiązki projektanta wobec innych projektantów
Metody dydaktyczne	<p>Metody dydaktyczne wspierające osiągnięcie efektów uczenia się oraz działające na rzecz równości i równego zaangażowania wszystkich uczestników.</p> <ul style="list-style-type: none"> – Podawcze: wykład z prezentacją multimedialną – Angażujące: analiza case study z udziałem studentów
Literatura obowiązkowa:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ustawa o prawie autorskim i prawach pokrewnych z dnia 4 lutego 1994 r. https://isap.sejm.gov.pl/isap.nsf/download.xsp/WDU19940240083/U/D19940083Lj.pdf

2. Markiewicz, R. (2018). *Ilustrowane prawo autorskie*. Warszawa: Wydawnictwo Wolters Kluwer Polska.
3. Golań, R. (2021). *Prawo autorskie i prawa pokrewne* (wyd. 11). Warszawa: Wydawnictwo C.H. Beck.

Literatura uzupełniająca:

1. STGU Kodeks postępowania zawodowego dla projektantek i projektantów, tłumaczenie: STGU, wersja z 26 maja 2022 r.
[Kodeks ICO-D 2022.pdf](#)
2. Ustawa prawo własności przemysłowej z dnia 30 czerwca 2000 r.
[Prawo własności przemysłowej](#)
3. Rozmowa Leny Pianovskiej z ilustratorką Aleksandrą Osadzińską o umowach i relacjach z klientami z dnia 17 września 2020 r.
[Olka Osadzińska i Lena Pianowska w rozmowie nt licencji, umów, dystansu do siebie i do klientów w życiu projektantów.](#)

Weryfikacja efektów uczenia się

	Forma weryfikacji	Warunek zaliczenia
Metoda 1	Sprawdzian pisemny zawierający pytania otwarte oraz zamknięte	<ul style="list-style-type: none"> – minimalna liczba punktów konieczna do zaliczenia: 51 – maksymalna liczba punktów do zdobycia: 100

Ocena końcowa

Warunkiem uzyskania oceny pozytywnej z przedmiotu jest zdobycie minimalnej liczby punktów z testu. Obecność na zajęciach jest obowiązkowa. Ocena z przedmiotu wystawiana jest na podstawie sumy punktów zgodnie z poniższą skalą i progami:

91 – 100 punktów oznacza 5 (bardzo dobry)

81 – 90 punktów oznacza 4+ (dobry plus)

71 – 80 punktów oznacza 4 (dobry)

61 – 70 punktów oznacza 3+ (dostateczny plus)

51 – 60 punktów oznacza 3 (dostateczny)

poniżej 51 punktów oznacza 2 (niedostateczny), przedmiot musi być powtórzony.

KARTA PRZEDMIOTU

Nazwa przedmiotu: Kompetencje społeczne i akademickie		Formy: ćwiczenia warsztaty	Obligatoryjność: obowiązkowy
Kierunek studiów: Grafika reklamowa i multimedia specjalność: -		Poziom studiów: studia pierwszego stopnia	Język wykładowy: polski
Forma studiów: studia stacjonarne (ST) studia niestacjonarne (NST)	Semestr: 1 (ST, NST)	Liczba godzin w planie studiów: studia stacjonarne: 30h studia niestacjonarne: 21h	Nakład pracy: Liczba punktów ECTS: 3 Liczba godzin pracy: 75

Składowe przedmiotu

1. Kompetencje akademickie (ćwiczenia) – forma stacjonarna - 10h, forma niestacjonarna - 9h
2. Kompetencje społeczne (warsztaty) – forma stacjonarna - 20h, forma niestacjonarna - 12h

Miejsce przedmiotu w programie studiów

Przedmiot „Kompetencje społeczne i akademickie” stanowi wprowadzenie do uczestnictwa w procesie studiowania na kierunku Grafika reklamowa i multimedia. Uzupełnia treści równoległego przedmiotu „Prawo i etyka w projektowaniu” o praktyczne posługiwanie się internetowymi źródłami obrazów i multimedii, w tym generowanie tekstu i obrazu za pomocą SI. Przedmiot przygotowuje również do efektywnego uczestnictwa w projektach zespołowych, które są częścią wielu przedmiotów w programie studiów. Jest to też pierwszy z cyklu przedmiotów, które przygotowują do pisania tekstów akademickich, a takie zadania osoby studiujące będą realizować już w kolejnym semestrze na przedmiocie „Pisanie tekstu akademickiego”. W trakcie dalszej nauki osoby studiujące rozwiną umiejętności krytycznego myślenia oraz prowadzenia społecznych, humanistycznych i projektowych badań, by wykorzystać tę wiedzę i umiejętności podczas pracy na Proseminarium i finalnie – podczas pisania pracy dyplomowej.

Efekty uczenia się		
Kod kierunkowego efektu uczenia się	Przedmiotowe efekty uczenia się	Weryfikacja efektów uczenia się
GRM1_W07	Student zna i rozumie standardy akademickie w pisaniu prac, w tym zwłaszcza zasady cytowania źródeł i sporządzania przypisów w celu uniknięcia popełnienia plagiatu. Zna i rozumie również konsekwencje wynikające z naruszenia zasad dotyczących plagiatu.	Metoda 1
GRM1_U02	Student(ka) potrafi dokonać selekcji, analizy i krytycznej oceny wiarygodności źródeł informacji na potrzeby budowania wypowiedzi pisemnych spełniających standardy akademickie.	Metoda 1
GRM1_U07	Student(ka) potrafi posługiwać się w pracy projektanta(-ki) grafiki użytkowej, interaktywnej i multimedialnych wybranymi narzędziami wykorzystującymi sztuczną inteligencję.	Metoda 1
GRM1_U11	Student(ka) potrafi stosować zasady etykiety i logicznej argumentacji, dyskutując na temat projektów – w tym własnych – z zakresu grafiki użytkowej, interaktywnej i multimedialnych. Potrafi również komunikować się drogą mailową stosując obowiązujące w środowisku akademickim zasady netykiety.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_U14	Student(ka) potrafi efektywnie organizować pracę grupową w oparciu o zwinne metodyki zarządzania projektami, a także skutecznie komunikować się w zespole, aby wspólnie realizować cele projektowe, dostosowując działania do zmieniających się warunków i potrzeb.	Metoda 3
GRM1_K09	Student(ka) jest gotów(-owa) do świadomego, etycznego oraz krytycznego użytkowania narzędzi stosujących sztuczną inteligencję w działalności zawodowej projektanta grafiki reklamowej, interaktywnej oraz multimedialnych.	Metoda 1

Opis i treści programowe

ćwiczenia - Kompetencje akademickie

Opis:

Składowa wprowadza osoby studiujące w zagadnienia związane z organizacją ich pracy. Prezentowane i ćwiczone są zasady komunikacji wewnątrz uczelni, pisanie maili oraz tworzenie prac pisemnych w zgodzie z zasadami pisania prac naukowych oraz zasadami etyki. Zajęcia oswoją osoby studiujące ze sztuczną inteligencją i narzędziami, które o sztuczną inteligencję są oparte, a które stosować będą podczas tworzeniem prac wizualnych oraz pisemnych.

Treści:

- struktura studiów, struktura uczelni i kanały komunikacji na uczelni; formy grzecznościowe, zasady funkcjonowania i reguły uczelniane oraz obowiązujące w branży, komunikacja werbalna a wizualna;

- wprowadzenie do zagadnień AI – duże modele językowe (LLM), korzystanie z LLM, AI w programach graficznych;
- zasady tworzenia prac pisemnych, konspekty, właściwa struktura pracy, przypisy, bibliografia, plagiat;

Przykładowe ćwiczenia

- Użyj Chat GPT dla znalezienia lektury pasującej do omawianego zagadnienia
- Przetłumacz z użyciem Chat GPT wskazane frazy z języka angielskiego na język polski
- Napisz maila uzasadniającego wybór studiów, jakiego dokonałaś(-eś)
- Napisz krótki esej “Technologie cyfrowe w projektowaniu graficznym”

Metody dydaktyczne

Metody dydaktyczne wspierające osiągnięcie efektów uczenia się oraz działające na rzecz równości i równego zaangażowania wszystkich uczestników.

- Podawcze: instruktaż, prezentacja
- Angażujące: ćwiczenia
- Inkluzywne: indywidualne korekty

Literatura obowiązkowa:

1. Shaughnessy, A. (2012). Cechy pożądane u współczesnego projektanta grafika. W: *Jak zostać dizajnerem i nie stracić duszy* (19–28). Kraków: Karakter.
2. <https://www.europarl.europa.eu/news/pl/headlines/society/20200827STO85804/sztuczna-inteligencja-co-to-jest-i-jakie-ma-zastosowania>

Literatura uzupełniająca:

1. Shaughnessy, A. (2012). *Jak zostać dizajnerem i nie stracić duszy*. Kraków: Karakter.
2. <https://www.adobe.com/pl/sensei.html>

warsztaty - Kompetencje społeczne

Opis:

Składowa przedmiotu poświęcona jest organizacji pracy w grupach, w tym zespołach zwinnych. Podczas tych ćwiczeń studenci doświadczą jak empiryczne, iteracyjne i przyrostowe podejście do tworzenia złożonych projektów wspiera współpracę i komunikację. Studenci poznają procesy i praktyki wspierające przejrzystość śledzenia postępów pracy projektowej, a także poznają zasady efektywnej komunikacji i procesów wspierających ją (takich jak retrospektywa).

Treści:

- wartości i zasady manifestu Agile;
- budowanie wspólnego kontraktu i określanie zasad współpracy w zespole;
- przejrzystość, inspekcja i adaptacja oraz przyrostowe podejście w tworzeniu projektów w celu zwiększenia przewidywalności i śledzenia postępów prac.

Przykładowe ćwiczenia

- Kanwa zespołu (team canvas) - ćwiczenie, w ramach którego zespół usypni wiedzę o swoich umiejętnościach, oczekiwaniach i zasadach współpracy
- Test Thomasa-Kilmanna - ćwiczenie, w ramach którego studenci poznają swoje style prowadzenia konfliktów
- Case study projektowe - ćwiczenie, w ramach którego studenci na bazie przykładowego projektu poznają istotę dzielenia na mniejsze etapy oraz priorytetyzacji zagadnień

- Symulacja retrospektywy - ćwiczenie, w ramach którego studenci poznają zasady prowadzenia spotkań pozwalających na usprawnianie procesu współpracy i komunikacji.

Metody dydaktyczne

Metody dydaktyczne wspierające osiągnięcie efektów uczenia się oraz działające na rzecz równości i równego zaangażowania wszystkich uczestników.

- Podawcze: instruktaż, prezentacja
- Angażujące: ćwiczenia
- Inkluzywne: indywidualne korekty

Literatura obowiązkowa:

1. Catmull, E. (2015). *Kreatywność S.A. Droga do prawdziwej inspiracji*. Warszawa: MT Biznes.

Literatura uzupełniająca:

1. Żmigrodzki, M. (2022). *Zwinni. Zbrodnia i Scrum*. Gliwice: Onepress.
2. <https://agilemanifesto.org/iso/pl/manifesto.html>

Weryfikacja efektów uczenia się

	Forma weryfikacji	Warunek zaliczenia
Metoda 1	praca pisemna	<ul style="list-style-type: none"> – minimalna liczba punktów konieczna do zaliczenia: 20 – maksymalna liczba punktów do zdobycia: 40
Metoda 2	zadanie mailowe	<ul style="list-style-type: none"> – minimalna liczba punktów konieczna do zaliczenia: 5 – maksymalna liczba punktów do zdobycia: 10
Metoda 3	zadania związane z organizacją pracy zespołowej i współpracą	<ul style="list-style-type: none"> – minimalna liczba punktów konieczna do zaliczenia: 26 – maksymalna liczba punktów do zdobycia: 50

Ocena końcowa

Warunkiem uzyskania oceny pozytywnej z przedmiotu jest zdobycie minimalnej liczby punktów określonej dla każdego zadania. Obecność na zajęciach jest obowiązkowa. Ocena z przedmiotu wystawiana jest na podstawie sumy punktów zgodnie z poniższą skalą i progami:

91 – 100 punktów oznacza 5 (bardzo dobry)

81 – 90 punktów oznacza 4+ (dobry plus)

71 – 80 punktów oznacza 4 (dobry)

61 – 70 punktów oznacza 3+ (dostateczny plus)

51 – 60 punktów oznacza 3 (dostateczny)

poniżej 51 punktów oznacza 2 (niedostateczny), przedmiot musi być powtórzony.

KARTA PRZEDMIOTU

Nazwa przedmiotu: Język angielski 1; Język angielski 2; Język angielski 3; Język angielski 4		Formy: ćwiczenia, e-learning	Obligatoryjność: obowiązkowy
Kierunek studiów: Grafika reklamowa i multimedia specjalność: -		Poziom studiów: studia pierwszego stopnia	Język wykładowy: polski
Forma studiów: studia stacjonarne (ST) studia niestacjonarne (NST)	Semestr: 1 (ST, NST), 2 (ST, NST), 3 (ST, NST), 4 (ST, NST)	Liczba godzin w planie studiów: studia stacjonarne: 144h (36h, 36h, 36h, 36h) studia niestacjonarne: 120h (30h, 30h, 30h, 30h)	Nakład pracy: Liczba punktów ECTS: 12 (3, 3, 3, 3) Liczba godzin pracy: 300 (75, 75, 75, 75)

Miejsce przedmiotu w programie studiów

Od pierwszego semestru studenci uczą się języka angielskiego w ramach obowiązkowych lektoratów, organizowanych i prowadzonych przez uczelniane Centrum Językowe. Celem dwóch pierwszych lektoratów jest osiągnięcie przez studenta(-kę) znajomości języka angielskiego na poziomie B2. Oznacza, to, iż osoba posługująca się językiem na tym poziomie, rozumie znaczenie głównych wątków przekazu zawartego w złożonych tekstach na tematy konkretne i abstrakcyjne, łącznie z rozumieniem dyskusji na tematy techniczne z zakresu jej specjalności. Potrafi też porozumiewać się na tyle płynnie i spontanicznie, by prowadzić normalną rozmowę z rodzimym użytkownikiem danego języka, nie powodując przy tym napięcia u którejkolwiek ze stron. Potrafi formułować przejrzyste wypowiedzi ustne i pisemne w szerokim zakresie tematów, a także wyjaśniać swoje stanowisko w sprawach będących przedmiotem dyskusji, rozważając wady i zalety różnych rozwiązań. Po osiągnięciu poziomu B2 student(ka) dokonuje wyboru: może kontynuować naukę języka angielskiego ogólnego (General English) lub może wybrać jeden z oferowanych przez Centrum Językowe kursów zorientowanych na specjalistyczne, tj. zawodowe użycia języka angielskiego (English for Professional Purposes). W ramach drugiej z opcji student(ka) może wybrać np. kurs Business English. W ramach z każdej z tych opcji student(ka) dochodzi do poziomu B2+/C1. Inną możliwością po uzyskaniu poziomu B2 z angielskiego jest też wybór lektorat z innego języka nowożytnego oferowany przez Centrum Językowe.

Efekty uczenia się		
Kod kierunkowego efektu uczenia się	Przedmiotowe efekty uczenia się	Weryfikacja efektów uczenia się
GRM1_U12	Absolwent(ka) potrafi posługiwać się językiem angielskim na poziomie B2 Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego;	Metoda 1 Metoda 2 Metoda 3

Opis i treści programowe
ćwiczenia
<p>Opis: Uzyskanie zakładanych efektów uczenia się następuje w dwojaki sposób: poprzez naukę w klasie oraz realizację komponentu online. Zarówno podczas zajęć stacjonarnych, jak i w e-learningu studenci ćwiczą wszystkie umiejętności językowe, z naciskiem na rozwój umiejętności komunikacyjnych niezbędnych do uzyskania efektów kształcenia dla danego poziomu. Zajęcia są dostosowane do wyjściowego poziomu znajomości języka przez studentów. W semestrze 3. i 4. student(ka) realizuje dwa wybrane przez siebie lektoraty. W zależności od wyboru mogą to być zajęcia kształcące język angielski ogólny na bardziej zaawansowanym poziomie lub też zajęcia z zakresu English for Professional Purposes, tj. praktyczne zajęcia ukierunkowane na zawodowe użycie języka i komunikację specjalistyczną i przygotowujące do zawodu. Student(ka) może też wybrać lektorat innego języka nowożytnego.</p>
<p>Metody dydaktyczne Metody dydaktyczne wspierające osiągnięcie efektów uczenia się oraz działające na rzecz równości i równego zaangażowania wszystkich uczestników:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Podawcze: wykorzystujące drukowane i elektroniczne materiały dydaktyczne, nagrania dźwiękowe oraz nagrania audiowizualne; – Angażujące: ćwiczenia wymowy, gramatyki, słownictwa, pisanie, dyskusje, indywidualne zadania (quizy, testy, praca z tekstem, zadania domowe), zadania grupowe (dyskusje, odgrywanie scenek); – Inkluzywne: wykorzystujące interaktywne ćwiczenia e-learningowe dostosowane do różnych potrzeb i możliwości osób studiujących.
<p>Literatura obowiązkowa: 1. Lektoraty prowadzone są w oparciu o podręczniki <i>Speakout</i> (2nd Edition) wraz z komponentami <i>MyEnglishLab</i>.</p>

Weryfikacja efektów uczenia się		
	Forma weryfikacji	Warunek zaliczenia
Metoda 1	Realizacja zadań w trakcie zajęć w klasie i na platformie e-learningowej	<ul style="list-style-type: none"> – minimalna liczba punktów konieczna do zaliczenia: 6 – maksymalna liczba punktów do zdobycia: 10
Metoda 2	Test MID-TERM	<ul style="list-style-type: none"> – minimalna liczba punktów konieczna do zaliczenia: 18 – maksymalna liczba punktów do zdobycia: 30
Metoda 3	Test końcowy	<ul style="list-style-type: none"> – minimalna liczba punktów konieczna do zaliczenia: 36 – maksymalna liczba punktów do zdobycia: 60

Ocena końcowa
<p>Warunkiem uzyskania oceny pozytywnej z przedmiotu jest zdobycie minimalnej liczby punktów określonej dla każdego zadania. Obecność na zajęciach jest obowiązkowa. Ocena z przedmiotu wystawiana jest na podstawie sumy punktów zgodnie z poniższą skalą i progami:</p> <p>91 – 100 punktów oznacza 5 (bardzo dobry)</p> <p>81 – 90 punktów oznacza 4+ (dobry plus)</p> <p>71 – 80 punktów oznacza 4 (dobry)</p> <p>61 – 70 punktów oznacza 3+ (dostateczny plus)</p> <p>51 – 60 punktów oznacza 3 (dostateczny)</p> <p>poniżej 51 punktów oznacza 2 (niedostateczny), przedmiot musi być powtórzony.</p>

SEMESTR 2

KARTA PRZEDMIOTU

Nazwa przedmiotu: Socjologia sztuki i projektowania		Formy: wykład, ćwiczenia, warsztaty	Obligatoryjność: obowiązkowy
Kierunek studiów: Grafika reklamowa i multimedia specjalność: -		Poziom studiów: studia pierwszego stopnia	Język wykładowy: polski
Forma studiów: studia stacjonarne (ST) studia niestacjonarne (NST)	Semestr: 2 (ST, NST)	Liczba godzin w planie studiów: studia stacjonarne: 60h studia niestacjonarne: 39h	Nakład pracy: Liczba punktów ECTS: 5 Liczba godzin pracy: 100

Składowe przedmiotu

1. Socjologia sztuki i projektowania (wykład) - forma stacjonarna - 12h, forma niestacjonarna - 9h
2. Socjologia sztuki i projektowania (ćwiczenia) - forma stacjonarna - 30h, forma niestacjonarna - 18h
3. Pisanie tekstu akademickiego (warsztat) - forma stacjonarna - 18h, forma niestacjonarna - 12h

Miejsce przedmiotu w programie studiów

Przedmiot „Socjologia sztuki i projektowania” należy do puli kierunkowych kursów kontekstowych. W pierwszym semestrze osoby studiujące zapoznały się z podstawami historii sztuki i projektowania oraz sztuk audiowizualnych, a w kolejnym pogłębiają umiejętności z zakresu krytycznego myślenia. Przedmiot skupia się na społecznym kontekście funkcjonowania dzieł z zakresu sztuki, projektowania i odpowiedzialności osób projektujących, ale trenuje również kompetencje związane z pisaniem tekstu akademickiego, jak wyszukiwanie i weryfikacja źródeł wiedzy, posługiwanie się literaturą oraz przedstawianie na piśmie i mowie merytorycznych argumentów. Ten zestaw kompetencji zostanie wykorzystany na przedmiocie „Proseminarium”, a następnie podczas pracy nad dyplomem, ale refleksja na temat odpowiedzialności społecznej projektowania, która zostanie zapoczątkowana na „Socjologii sztuki i projektowania”, będzie niezbędna do realizacji większości projektów z toku studiów.

Efekty uczenia się		
Kod kierunkowego efektu uczenia się	Przedmiotowe efekty uczenia się	Weryfikacja efektów uczenia się
GRM1_W10	Student(ka) zna i rozumie rolę sztuki i projektowania, artysty i projektanta oraz jej przemiany w życiu społecznym w różnych epokach.	Metoda 1
GRM1_W12	Student(ka) zna i rozumie podstawowe problemy poznawcze i praktyczne socjologii sztuki i projektowania oraz możliwości wykorzystania wiedzy z zakresu socjologii do analizy dawnego i współczesnego projektowania graficznego.	Metoda 1 Metoda 3
GRM1_U02	Student(ka) potrafi samodzielnie, wyszukiwać informacje oraz materiały wizualne na tematy związane ze społeczną rolą sztuki i projektowania, na potrzeby dyskusji i opracowania wypowiedzi pisemnych, oraz weryfikować ich przydatność i wiarygodność.	Metoda 2, Metoda 3
GRM1_U10	Student(ka) potrafi opracować dłuższą wypowiedź pisemną na wybrany temat z zakresu socjologii sztuki i projektowania	Metoda 3
GRM1_U11	Student(ka) potrafi uzasadniać swoje opinie na temat społecznej roli sztuki i projektowania z użyciem merytorycznych argumentów, pisemnie i ustnie.	Metoda 3
GRM1_K01	Student(ka) ma świadomość konieczności krytycznej oceny źródeł, odróżniania faktów od opinii i weryfikowania wiarygodności różnego typu źródeł związanych ze sztuką i projektowaniem, zarówno pisanych jak i graficznych.	Metoda 2, Metoda 3
GRM1_K08	Student(ka) ma świadomość odpowiedzialności i wpływu projektanta na życie społeczne i dziedzictwo kulturowe.	Metoda 3
GRM1_K10	Student(ka) jest gotowa(-owa) do podejmowania odpowiedzialności za zachowanie dziedzictwa kulturowego w zakresie sztuk wizualnych poprzez propagowanie w społeczeństwie wartości poszanowania sztuki.	Metoda 3

Opis i treści programowe

wykład - Socjologia sztuki i projektowania

Opis: W ramach wykładu osoby studiujące poznają główne obszary zainteresowania socjologii sztuki i projektowania graficznego, następnie, w ujęciu przekrojowym, omówione zostaną wybrane zagadnienia związane ze społecznym oddziaływaniem sztuki i projektowania: jak sztuka i projektowanie wpływają na społeczeństwo, jak kontekst społeczny kształtuje praktyki artystyczne i projektowe.

Treści:

- główne obszary zainteresowania socjologii sztuki i projektowania (wprowadzenie)
- przemiany definicji sztuki i ich wpływ na społeczny odbiór tej dziedziny (od antyku do AI)

- Po co nam sztuka? Funkcje sztuki na przestrzeni wieków - od figur kultowych po kult arcydzieł, propaganda w sztuce, niszczenie dzieł sztuki jako przejaw ich społecznego odbioru
- artysta - rzemieślnik - projektant. Edukacja twórców, jej wpływ na kształtowanie się zawodu i społecznej roli projektanta. Design activism i społeczna odpowiedzialność twórcy komunikatu wizualnego
- akademia, muzeum, krytyka i estetyka. Społeczne i instytucjonalne ramy tworzenia i odbioru sztuki i projektowania

Metody dydaktyczne

Metody dydaktyczne wspierające osiągnięcie efektów uczenia się oraz działające na rzecz równości i równego zaangażowania wszystkich uczestników.

- Podawcze: prezentacja
- Angażujące: wykład interaktywny, dyskusja, case studies

Literatura obowiązkowa:

1. Papanek, V. (2023). *Dizajn dla realnego świata*. Kraków: d2d.pl.
2. Golka, M. (1996). *Socjologiczny obraz sztuki*, Poznań: Ars Nova.

Literatura uzupełniająca:

1. Freedberg, D. (2005). *Potęga wizerunków: Studia z historii i teorii oddziaływania*. Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego.
2. Sudjic, D. (2013). *Język rzeczy: W jaki sposób przedmioty nas uwodzą?*. Kraków: Karakter.

ćwiczenia - Socjologia sztuki i projektowania

Opis:

W ramach ćwiczeń dyskutowane będą wybrane zagadnienia związane ze społecznym odbiorem sztuki i projektowania, rolą artysty i projektanta w społeczeństwie. Podczas zajęć omawiane będą różnorodne teksty, zarówno wskazane przez prowadzącą, jak i wybrane przez osoby studiujące - np. dyskusje w mediach społecznościowych lub artykuły prasowe prezentujące różne spojrzenia na dane zjawisko. Przedmiotem analizy i podstawą do dyskusji będą też materiały wizualne, w tym wybrane lub wytworzone przez osoby studiujące (np. zdjęcia ilustrujące zjawisko omawiane na zajęciach).

Dzięki temu przedmiot będzie przygotowywał osoby studiujące do krytycznej analizy różnorodnych źródeł, zarówno podczas pisania pracy zaliczeniowej w ramach warsztatów, jak i na dalszych etapach edukacji oraz pracy zawodowej.

Podczas gdy wykład poświęcony będzie omówieniu najważniejszych tendencji i zjawisk w ujęciu przekrojowym, historycznym oraz przedstawienie ram teoretycznych oraz narzędzi analizy i interpretacji, celem ćwiczeń będzie zastosowanie tych narzędzi do analizy konkretnych, najczęściej aktualnych przykładów tych zjawisk.

Treści:

- “to przecież nie sztuka!” - popularne kryteria odróżniania jej od nie-sztuki jako przejaw społecznego odbioru twórczości artystycznej
- projektowanie - sztuka czy rzemiosło? Współczesne stereotypy związane z tymi dziedzinami i ich wpływ na odbiór dzieł oraz zawodu projektanta i artysty
- Skąd wiemy, że Mona Lisa jest najpiękniejsza? Społeczne kształtowanie (się) gustu i kryteriów oceny estetycznej, socjalizacja do odbioru przekazu wizualnego

- arcydzieła jako obiekty kultu - jakie nieartystyczne kryteria decydują o nadaniu dziełu tego statusu?
- “Instagram vs reality”. Odbiór sztuki w dobie mediów społecznościowych i jego specyfika
- czym jest i powinien być zabytek? społeczna rola zabytków i ich współczesna recepcja, odbudowa zabytków i ich udostępnianie w turystyce
- propaganda - analiza wybranych przykładów historycznych i współczesnych plakatów
- manipulacja we współczesnej kulturze wizualnej
- reklama i jej społeczny wpływ
- “szyldoza” i “pasteloza” - problemy estetyki przestrzeni publicznej w Polsce i rola projektantów grafiki użytkowej i multimediiów w jej kształtowaniu
- artysta i projektant jako aktywista we współczesnej Polsce. Czy (i jak) warto angażować się w bieżące sprawy polityczne i społeczne?
- muzeum jako przestrzeń odbioru sztuki
- współczesny ikonoklazm - burzenie pomników upamiętniających postacie i idee, których ocena zmieniła się na przestrzeni czasu
- kontrowersje we współczesnej sztuce i projektowaniu (na wybranym przykładzie)

Metody dydaktyczne

Metody dydaktyczne wspierające osiągnięcie efektów uczenia się oraz działające na rzecz równości i równego zaangażowania wszystkich uczestników.

- Podawcze: prezentacja
- Angażujące: dyskusja, wykład interaktywny, analiza przypadków

Literatura obowiązkowa:

1. Springer, F. (2020). *Wanna z kolumnadą*. Kraków: Karakter. (rozd. Jesteś tylko spojrzeniem, 201–233).
2. Omilanowska, M. (2021). Historia jako pokusa. Spojrzenie przez pryzmat Westerplatte. W J. Marszałec (red.), *Architektura rekonstrukcyjna pomiędzy polityką historyczną a komercją* (115–133). Gdańsk: Wydawnictwo Muzeum Gdańska.
3. Frascara, J. (2015). Projektowanie graficzne: Sztuka czy nauka społeczna? W P. Dębowski & J. Mrowczyk (red.), *Widzieć/Wiedzieć. Wybór najważniejszych tekstów o dizajnie* (269–308). Kraków: Karakter.
4. Poprzęcka, M. (1998). *O złej sztuce*. Warszawa: Wydawnictwa Artystyczne i Filmowe. (rozd. Czy wartości sztuki są względne? Wartościowanie w historii sztuki, 40–72).

warsztat - Pisanie tekstu akademickiego

Opis:

Celem warsztatu jest przygotowanie osób studiujących do pisania tekstów akademickich. W ramach tego bloku zajęć poznają one najważniejsze cechy tego typu tekstów, a następnie pod kierunkiem prowadzącej, przeprowadzą wszystkie najważniejsze etapy pracy nad tekstem, od wyboru tematu, przez poszukiwanie i weryfikację źródeł, po napisanie pracy zaliczeniowej. Dzięki korektom oraz zadaniom realizowanym regularnie przez osoby studiujące możliwe będzie bieżące nadzorowanie postępów prac.

Treści:

- cechy języka akademickiego; tekst akademicki a inne typy wypowiedzi pisemnych

- jak pisać? - analiza dobrych praktyk, najczęstszych błędów, tworzenie konspektu
- poszukiwanie źródeł pisanych i ikonograficznych (biblioteki cyfrowe, bazy danych)
- weryfikacja informacji, kryteria oceny wiarygodności źródeł
- zasady korzystania ze źródeł - plagiat a parafraza, zasady cytowania, zapis bibliograficzny, zakres dopuszczalnego wykorzystania narzędzi AI przy pisaniu tekstów naukowych

Metody dydaktyczne

Metody dydaktyczne wspierające osiągnięcie efektów uczenia się oraz działające na rzecz równości i równego zaangażowania wszystkich uczestników.

- Podawcze: prezentacja
- Angażujące: dyskusja, analiza przypadku,
- Inkluzywne: indywidualne korekty

Literatura obowiązkowa:

1. Eco, U. (2007). *Jak napisać pracę dyplomową. Poradnik dla humanistów*, Warszawa: Wydawnictwo Uniwersytetu Warszawskiego.

Weryfikacja efektów uczenia się

	Forma weryfikacji	Warunek zaliczenia
Metoda 1	egzamin pisemny, z pytaniami otwartymi i zamkniętymi	<ul style="list-style-type: none"> – minimalna liczba punktów konieczna do zaliczenia: 40 – maksymalna liczba punktów do zdobycia: 20
Metoda 2	zadania zaliczeniowe: przesłanie krótkiej notatki na temat danego tekstu, samodzielne wyszukanie materiałów graficznych lub tekstów związanych z tematem zajęć ("przegląd prasy")	<p>bieżące realizowanie zadań zaliczeniowych (szczegółowy opis zadań na poszczególne zajęcia udostępniony zostanie na pierwszych zajęciach)</p> <ul style="list-style-type: none"> – minimalna liczba punktów konieczna do zaliczenia: 20 – maksymalna liczba punktów do zdobycia: 14
Metoda 3	praca pisemna: analiza wybranego zjawiska, dzieła, postaci itp. związanych z problematyką poruszaną na zajęciach.	<ul style="list-style-type: none"> – minimalna liczba punktów konieczna do zaliczenia: 40 – maksymalna liczba punktów do zdobycia: 25

Ocena końcowa

Ocena wystawiana jest na podstawie sumy punktów zgodnie z poniższą skalą i progami:

- 91 – 100 punktów oznacza 5 (bardzo dobry)
- 81 – 90 punktów oznacza 4+ (dobry plus)
- 71 – 80 punktów oznacza 4 (dobry)
- 61 – 70 punktów oznacza 3+ (dostateczny plus)
- 51 – 60 punktów oznacza 3 (dostateczny)
- poniżej 51 punktów niedostateczny (2), przedmiot musi być powtórzony.

KARTA PRZEDMIOTU

Nazwa przedmiotu: Komunikacja wizualna 2		Forma: warsztaty	Obligatoryjność: obowiązkowy
Kierunek studiów: Grafika reklamowa i multimedia specjalność: -		Poziom studiów: studia pierwszego stopnia	Język wykładowy: polski
Forma studiów: studia stacjonarne (ST) studia niestacjonarne (NST)	Semestr: 2 (ST, NST)	Liczba godzin w planie studiów: studia stacjonarne: 30h studia niestacjonarne: 24h	Nakład pracy: Liczba punktów ECTS: 2 Liczba godzin pracy: 50

Miejsce przedmiotu w programie studiów

Przedmiot „Komunikacja wizualna 2” jest jednym z podstawowych kursów, niezbędnych w dalszej edukacji projektowej. Osoby studiujące będą rozwijać kompetencje z zakresu komunikacji wizualnej za pomocą wizualnych środków wyrazu, korzystając z umiejętności zdobytych na „Komunikacji wizualnej 1”, „Typografii” oraz „Rysunku i kompozycji 1”. Przedmiot bazuje też na treściach zrealizowanych na przedmiotach narzędziowych, jak „Projektowanie grafiki wektorowej” czy „Projektowanie grafiki rastrowej 1”. Szereg zagadnień związanych z posługiwaniem się elementami warsztatu artystycznego, jak np. kompozycja, kontrast czy rytm jest równolegle pogłębiane na przedmiotach: „Rysunek i kompozycja 2”, „Wstęp do animacji i postprodukcji 2” czy „Wstęp do projektowania grafiki edytorskiej”. Zdobyte na kursie wiedza i umiejętności są wykorzystywane na większości przedmiotów w dalszym toku studiów.

Efekty uczenia się

Kod kierunkowego efektu uczenia się	Przedmiotowe efekty uczenia się	Weryfikacja efektów uczenia się
GRM1_W01	Student(ka) zna i rozumie w zaawansowanym stopniu zasady tworzenia wieloelementowych projektów z zakresu komunikacji wizualnej, w tym tych funkcjonujących w przestrzeni publicznej, z uwzględnieniem wiedzy o percepcji zmysłowej człowieka.	Metoda 1
GRM1_W06	Student(ka) rozumie, w jaki sposób tworzony projekt z zakresu komunikacji wizualnej może wpływać na otoczenie społeczne i przyrodnicze oraz jak wykorzystać ten wpływ w sposób etyczny zgodnie z celami i założeniami danego projektu.	Metoda 1

GRM1_U06	Student(ka) potrafi zaproponować zróżnicowane koncepcje projektowe i posługując się własną ekspresją artystyczną zaproponować rozbudowany (wieloelementowy) projekt z zakresu komunikacji wizualnej.	Metoda 1
GRM1_K05	Student(ka) jest gotów(-owa) do tworzenia zaawansowanych i oddziałujących na odbiorcę projektów z zakresu komunikacji wizualnej dotyczących tematów ważnych społecznie, w tym szczególnie takich projektów, które funkcjonują w przestrzeni publicznej.	Metoda 1
GRM1_K07	Student(ka) jest gotów(-owa) dbać o czytelność, zrozumiałość i dostępność dla różnych grup odbiorców tworzonych przez siebie projektów w zakresie komunikacji wizualnej.	Metoda 1

Opis i treści programowe
warsztaty
<p>Opis: Celem kursu jest zapoznanie studentów z zaawansowanymi treściami związanymi z komunikacją wizualną i percepcją człowieka. Po ukończeniu kursu osoby studiujące potrafią pracować nad czytelnością złożonych informacji wizualnych, aby uczynić je bardziej przystępnymi dla odbiorców, a także dobierać nośniki komunikacji wizualnej również dla projektów istniejących w przestrzeni publicznej. Ponadto studenci i studentki są w stanie budować spójne wieloelementowe projekty z zakresu komunikacji wizualnej i przeprowadzić krytyczną analizę swojego komunikatu wizualnego, weryfikując jego skuteczność i oddziaływanie. W razie potrzeby potrafią również uzasadnić swoje decyzje projektowe, opierając się na założeniach projektowych oraz zdobytej wiedzy.</p>
<p>Treści:</p> <p>Projekt znaku:</p> <ul style="list-style-type: none"> – znak w przestrzeni publicznej i jego weryfikacja ze względu na grupę odbiorców <p>Projekt piktogramu:</p> <ul style="list-style-type: none"> – projekt zestawu jednolitych stylistycznie piktogramów (element wayfinding) – weryfikacja zestawu piktogramów pod kątem umieszczenia ich w określonych modułach – wpływ podpisu w wersji polskiej i angielskiej na rozmiar i kształt modułu, w którym umieszczony jest piktogram – piktogram w przestrzeni publicznej i jego weryfikacja ze względu na czytelność <p>Projekt plakatu:</p> <ul style="list-style-type: none"> – projekt serii plakatów dla wybranej kampanii społecznej, retoryka wizualna oparta na metaforze, hiperboli <p>Temat własny:</p> <ul style="list-style-type: none"> – np. udział w konkursie graficznym
<p>Metody dydaktyczne</p> <p>Metody dydaktyczne wspierające osiągnięcie efektów uczenia się oraz działające na rzecz równości i równego zaangażowania wszystkich uczestników.</p> <ul style="list-style-type: none"> – Podawcze: prezentacja

- Angażujące i inkluzywne: praca indywidualna i w małych zespołach, konsultacje indywidualne i zespołowe, dyskusja.

Literatura obowiązkowa:

1. Elam, K. (2019). *Geometria w projektowaniu: Studia z proporcji i kompozycji*. Kraków: d2d.pl.
2. Bergström, B. (2009). *Komunikacja wizualna*. Warszawa: PWN.

Literatura uzupełniająca:

1. Lenk, K., & Satalecka, E. (2018). *Podaj dalej. Dizajn, nauczanie, życie*. Kraków: Karakter.
2. Thomas, D. (2019). *Wystrzegaj się Futury*. Kraków: Karakter.

Weryfikacja efektów uczenia się

	Forma weryfikacji	Warunek zaliczenia
Metoda 1	przegląd zestawu zadań praktycznych z udziałem studenta(-ki)	<ul style="list-style-type: none"> – minimalna liczba punktów konieczna do zaliczenia: 51 – maksymalna liczba punktów do zdobycia: 100

Ocena końcowa

Warunkiem uzyskania oceny pozytywnej z przedmiotu jest zdobycie minimalnej liczby punktów określonej dla każdego zadania. Obecność na zajęciach jest obowiązkowa. Ocena z przedmiotu wystawiana jest na podstawie sumy punktów zgodnie z poniższą skalą i progami:

91 – 100 punktów oznacza 5 (bardzo dobry)

81 – 90 punktów oznacza 4+ (dobry plus)

71 – 80 punktów oznacza 4 (dobry)

61 – 70 punktów oznacza 3+ (dostateczny plus)

51 – 60 punktów oznacza 3 (dostateczny)

poniżej 51 punktów oznacza 2 (niedostateczny), przedmiot musi być powtórzony.

KARTA PRZEDMIOTU

Nazwa przedmiotu: Badania w procesie projektowym		Formy: wykład, ćwiczenia	Obligatoryjność: obowiązkowy
Kierunek studiów: Grafika reklamowa i multimedia specjalność: -		Poziom studiów: studia pierwszego stopnia	Język wykładowy: polski
Forma studiów: studia stacjonarne (ST) studia niestacjonarne (NST)	Semestr: 2 (ST, NST)	Liczba godzin w planie studiów: studia stacjonarne: 48h studia niestacjonarne: 30h	Nakład pracy: Liczba punktów ECTS: 3 Liczba godzin pracy: 75

Składowe przedmiotu

1. Badania w procesie projektowym (wykład) - studia stacjonarne - 18h, studia niestacjonarne - 12h
2. Badania ilościowe (ćwiczenia) - studia stacjonarne - 30h; studia niestacjonarne - 18h

Miejsce przedmiotu w programie studiów

Przedmiot „Badania w procesie projektowym” otwiera cykl przedmiotów kierunkowych dedykowanych metodologii badań, które mają zastosowanie we współczesnym projektowaniu. Wprowadza osoby studiujące w szersze zagadnienie badań projektowych oraz pogłębia wiedzę i umiejętności w zakresie badań ilościowych. W kolejnym semestrze osoby studiujące zajmą się „Badaniami jakościowymi”, a w semestrze czwartym – humanistyczną metodą badań, czyli „Analizą semiotyczną przekazu wizualnego”. Równolegle – na semestrze drugim, zapoznają się z metodologią prowadzenia procesu projektowego w ramach przedmiotu „Architektura informacji i narzędzia w procesie projektowym”. Zdobyte kompetencje badawcze będą niezbędne na „Projektowaniu uniwersalnym 1” i jego kontynuacji oraz w trakcie pracy nad projektem dyplomowym. Dodatkowo wybrane metody i narzędzia będą stosowane w trakcie pracy w ramach wielu przedmiotów projektowych.

Efekty uczenia się		
Kod kierunkowego efektu uczenia się	Przedmiotowe efekty uczenia się	Weryfikacja efektów uczenia się
GRM1_W03	Student(ka) w zaawansowanym stopniu ma wiedzę na temat założeń realizacji procesu badawczego, możliwości wykorzystania metod ilościowych i jakościowych w procesie projektowym oraz zastosowania rekomendacji badawczych w podejmowaniu decyzji projektowych.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_W06	Student(ka) ma wiedzę na temat etycznych uwarunkowań realizacji badań społecznych w projektowaniu oraz zna wyzwania związane z angażowaniem do badań przedstawicieli grup wykluczonych społecznie.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_U02	Student(ka) potrafi dokonać analizy danych zastanych oraz danych pierwotnych (pochodzących z przeprowadzonych przez siebie badań) oraz wyciągnąć wnioski użyteczne dla procesu projektowego.	Metoda 2
GRM1_U03	Student(ka) potrafi zastosować adekwatne metody badawcze i analityczne, a następnie na podstawie uzyskanych wyników oraz sformułowanych wniosków zmodyfikować założenia realizowanego projektu.	Metoda 2
GRM1_U14	Student(ka) potrafi współpracować w grupie badawczej, dzielić się pracą z pozostałymi członkami zespołu oraz odpowiedzialnie i terminowo realizować powierzone zadania w ramach projektu badawczego.	Metoda 2
GRM1_K01	Student(ka) jest gotów(-owa) do krytycznej oceny wyników realizowanych przez siebie badań ilościowych, świadomego pozyskiwania i odbioru danych zastanych wykorzystywanych w trakcie dalszych etapów procesu badawczego i przy formułowaniu rekomendacji projektowych.	Metoda 2
GRM1_K08	Student(ka) jest gotów(-owa) do realizacji procesu badawczego w sposób zgodny ze standardami etycznymi obowiązującymi w badaniach ilościowych, uwzględniając kwestie anonimowości i poufności uczestników badań.	Metoda 2

Opis i treści programowe

wykład - Badania w procesie projektowym

Opis:

W ramach zajęć osoby studiujące zapoznają się z umiejscowieniem badań w procesie projektowym, podstawowymi metodami i technikami badawczymi wykorzystywanymi w projektowaniu. Poznają również zasady doboru osób do badania (dobór losowy oraz celowy), pojęcie reprezentatywności badań oraz zasady wykorzystywania danych zastanych. Zapoznają się również z technicznymi aspektami realizacji badań terenowych, zasadami analizy wyników, interpretacji oraz tworzenia rekomendacji badawczych i projektowych, jak również z zasadami etyki w badaniach.

Treści:

- Czym są badania społeczne i badania wykorzystywane w projektowaniu, ich rola i miejsce w procesie projektowym
- Etapy realizacji badania a logika i dynamika procesu projektowego (np. w odniesieniu do założeń procesu zgodnego z metodyką design thinking, double diamond czy zorientowanego na użytkownika UCD/HCD)
- Etyka w badaniach, ze szczególnym uwzględnieniem grup wrażliwych i narażonych na wykluczenie (m.in. osób z niepełnosprawnościami, osób starszych, dzieci etc.)
- Definiowanie problemu badawczego, różnice pomiędzy problemem badawczym a projektowym, konceptualizacja i operacjonalizacja badania (definicje pojęć, cele badania, kluczowe pytania badawcze, hipotezy badawcze, zmienne i wskaźniki)
- Dobór próby w badaniach ilościowych i jakościowych, zagadnienie reprezentatywności badań i prawideł wnioskowania na podstawie danych pozyskanych w badaniu
- Analiza danych zastanych (desk research) - zastosowanie i metody przeprowadzenia analizy
- Metody i techniki badań ilościowych: wywiad kwestionariuszowy z ankietą online (CAWI), ilościowe testy użyteczności etc.
- Metody i techniki badań jakościowych: pogłębiony wywiad indywidualny (IDI), wywiad grupowy (FGI), obserwacja uczestnicząca/nieuczestnicząca, jawna/ukryta, wywiad kontekstowy, spacer badawczy
- Konstrukcja narzędzi badawczych w badaniach ilościowych i jakościowych - budowa pytań otwartych, zamkniętych, kafeteria z odpowiedziami, pytania na skali pomiaru, zagadnienie dostosowania pytań do możliwości percepcyjnej i komunikacyjnej badanego (np. dzieci, osób z problemami/zaburzeniami poznawczymi etc.).
- Analiza realnych narzędzi badawczych: kwestionariusze ankiet, scenariusze wywiadów, wytyczne do obserwacji, schematy notatek powywiadowych
- Realizacja badań w terenie - o czym należy wiedzieć i co zaplanować, podstawowe błędy i trudności
- Podstawowe informacje dotyczące analizy danych ilościowych i jakościowych, przygotowanie danych do analizy, techniki analityczne, wizualizacja danych, zasady tworzenia raportów i prezentacji z badań

Metody dydaktyczne

Metody dydaktyczne wspierające osiągnięcie efektów uczenia się oraz działające na rzecz równości i równego zaangażowania wszystkich uczestników.

- Podawcze: wykład interaktywny
- Angażujące: dyskusja na forum grupy, praca z case studies - analiza przykładów badań w projektowaniu, raportów i prezentacji badań, narzędzi badawczych (kwestionariuszy ankiet, scenariuszy wywiadów, notatek powywiadowych, dyspozycji do obserwacji), baz danych z badań
- Inkluzywne: prezentacja multimedialna zgodna z zasadami tworzenia inkluzywnych materiałów dydaktycznych, materiały audiowizualne, możliwość wcześniejszego udostępnienia materiałów z zajęć dla osób ze specyficznymi potrzebami edukacyjnymi

Literatura obowiązkowa:

1. Mościchowska, I., & Rogoś-Turek, B. (2021). *Badania jako podstawa projektowania User Experience*. Warszawa: PWN.
2. Babbie, E. (2024). *Podstawy badań społecznych*. Warszawa: PWN. [109–171, 200–241, 267–339].

Literatura uzupełniająca:

1. Muratovski, G. (2022). *Research for designers: A guide to methods and practice*. London: Sage Publications.
2. Nunnally, B., & Farkas, D. (2018). *Badania UX. Praktyczne techniki projektowania bezkonkurencyjnych produktów*. Gliwice: Helion. [35–132, 175–204].
3. Lutostański, M., & Łebkowska, A. (red.). (2021). *Badania rynku. Jak zrozumieć konsumenta*. Warszawa: PWN. [67–98, 132–181].

ćwiczenia - Badania ilościowe

Opis:

W ramach zajęć ćwiczeniowych planowane jest przeprowadzenie szeregu indywidualnych i grupowych ćwiczeń mających na celu nabycie umiejętności związanych z realizacją badania ilościowego tj. umiejętności konceptualizacji badania (formułowania problemu badawczego i celu badań, stawiania hipotez badawczych, operacjonalizacji pojęć, konstruowania kluczowych pytań badawczych), doboru ilościowej próby badawczej (określenia badanej populacji, konstruowania operatu i doboru próby badawczej), konstruowania narzędzia badawczego (umiejętności tworzenia pytań zamkniętych, korzystania ze skal w pytaniach oraz konstruowania kafeterii z odpowiedziami; przygotowywania kwestionariusz ankiet), realizacji badania (umiejętności realizacji różnych technik badawczych w ramach metody ilościowej), analizy i danych i ich prezentacji (umiejętność podstawowej analizy danych ilościowych i ich wizualizacji).

Na bazie nabytych w ich trakcie zajęć umiejętności prowadzona będzie praca nad grupowym projektem dotyczącym realizacji badania ilościowego (zgodnie z etapami procesu badawczego tj. konceptualizacja badania, dobór osób do badania, przygotowanie narzędzia badawczego, realizacji badania terenowego, analiza i interpretacja danych, formułowanie rekomendacji i wytycznych projektowych).

Treści:

- Wprowadzenie do grupowej pracy projektowej - dobór zespołów, ustalenie zasad współpracy i podziału zadań, prezentacja założeń projektu

- Określenie problemu projektowego i problemu badawczego - ćwiczenia indywidualne w ramach, których osoby studiujące zobaczą różnice pomiędzy problemem projektowym a problemem badawczym, wykonanie zadania w ramach projektu grupowego związanego z określeniem problemu badawczego
- Postawienie kluczowych pytań badawczych oraz hipotez - ćwiczenia grupowe związane z formułowaniem celu badania, pytań badawczych oraz hipotez; realizacja zadania w ramach projektu grupowego związanego ze sprecyzowaniem celu badania, pytań badawczych oraz hipotez
- Wybór techniki badawczej oraz określenie grupy respondentów - analiza wspólna przykładów badań pod kątem adekwatności wyboru techniki badawczej oraz doboru respondentów do badania; wykonanie zadania związanego z doбором próby badawczej w ramach projektu grupowego
- Analiza danych zastanych związanych - ćwiczenia zespołowe na realnych przykładach badań z wykorzystaniem metody *desk research*; wykonanie zadania związanego z analizą danych zastanych w ramach projektu grupowego
- Przygotowanie narzędzia badawczego (kwestionariusza ankiety) oraz jego pretest - grupowe ćwiczenie przygotowania ankiety związanej z zaproponowanym przez prowadzącego zagadnieniem; wykonanie zadania polegającego na przygotowaniu kwestionariusza ankiety w ramach realizowanego projektu grupowego
- Sprecyzowanie warunków realizacji badania, analiza potencjalnych problemów i ryzyka - określenie technicznych założeń badania realizowanego w ramach projektu grupowego
- Realizacja badania ilościowego w ramach projektu grupowego
- Analiza danych z badania - praca indywidualna z wykorzystaniem materiału źródłowego (bazy danych) i zastosowanie podstawowych technik analitycznych; analiza danych pozyskanych w ramach projektu grupowego
- Wizualizacja wyników - analiza dobrych i złych praktyk
- Interpretacja i odniesienie się do założeń koncepcyjnych i hipotez, odniesienie się do problemu badawczego w ramach realizowanego projektu grupowego
- Przygotowanie podsumowania (wraz z rekomendacjami) w postaci prezentacji - realizacja zadania w ramach projektu grupowego
- Publiczne wygłoszenie prezentacji podsumowującej realizowany projekt grupowy oraz informacja zwrotna od pozostałych grup projektowych
- Ewaluacja projektu badawczego oraz ocena pracy w grupie

Metody dydaktyczne

Metody dydaktyczne wspierające osiągnięcie efektów uczenia się oraz działające na rzecz równości i równego zaangażowania wszystkich uczestników.

- Podawcze: krótkie prezentacje wprowadzające do realizowanych ćwiczeń
- Angażujące: projekt grupowy, ćwiczenia indywidualne i grupowe, dyskusja, prezentacja na forum grupy, burza mózgów
- Inkluzywne: korekty i rozmowy indywidualne, zwrócenie uwagi na specyficzne potrzeby edukacyjne osób studiujących np poprzez możliwość podziału zadań w ramach pracy grupowej

Literatura obowiązkowa:

1. Mościchowska, I., & Rogoś-Turek, B. (2021). *Badania jako podstawa projektowania User Experience*. Warszawa: PWN.

2. Nunnally, B., & Farkas, D. (2018). *Badania UX. Praktyczne techniki projektowania bezkonkurencyjnych produktów*. Gliwice: Helion. [35–59].

Literatura uzupełniająca:

1. Muratovski, G. (2022). *Research for designers: A guide to methods and practice*. London: Sage Publications. [33–77, 137–204].

Weryfikacja efektów uczenia się		
	Forma weryfikacji	Warunek zaliczenia
Metoda 1	zaliczenie pisemne z pytaniami otwartymi i zamkniętymi	<ul style="list-style-type: none"> – minimalna liczba punktów konieczna do zaliczenia: 25 – maksymalna liczba punktów do zdobycia: 50
Metoda 2	projekt grupowy (realizacja badania ilościowego z uwzględnieniem wszystkich etapów procesu badawczego)	<ul style="list-style-type: none"> – minimalna liczba punktów konieczna do zaliczenia: 26 – maksymalna liczba punktów do zdobycia: 50

Ocena końcowa
<p>Warunkiem uzyskania oceny pozytywnej z przedmiotu jest zdobycie minimalnej liczby punktów określonej dla każdego zadania. Obecność na zajęciach jest obowiązkowa. Ocena z przedmiotu wystawiana jest na podstawie sumy punktów zgodnie z poniższą skalą i progami:</p> <p>91 – 100 punktów oznacza 5 (bardzo dobry) 81 – 90 punktów oznacza 4+ (dobry plus) 71 – 80 punktów oznacza 4 (dobry) 61 – 70 punktów oznacza 3+ (dostateczny plus) 51 – 60 punktów oznacza 3 (dostateczny) poniżej 51 punktów oznacza 2 (niedostateczny), przedmiot musi być powtórzony.</p>

KARTA PRZEDMIOTU

Nazwa przedmiotu: Projektowanie grafiki rastrowej 2		Formy: warsztaty	Obligatoryjność: obowiązkowy
Kierunek studiów: Grafika reklamowa i multimedia specjalność: -		Poziom studiów: studia pierwszego stopnia	Język wykładowy: polski
Forma studiów: studia stacjonarne (ST) studia niestacjonarne (NST)	Semestr: 2 (ST, NST)	Liczba godzin w planie studiów: studia stacjonarne: 30h studia niestacjonarne: 24h	Nakład pracy: Liczba punktów ECTS: 3 Liczba godzin pracy: 75

Miejsce przedmiotu w programie studiów

Przedmiot „Projektowanie grafiki rastrowej 2” jest częścią cyklu rozwijającego umiejętności cyfrowej obróbki obrazu i jest kontynuacją przedmiotu „Projektowanie grafiki rastrowej 1”. Praca na warsztatach odbywa się nadal z użyciem programu Adobe Photoshop, a osoby studiujące używają tego narzędzia w celu realizacji własnych koncepcji artystycznych. Podczas poprzedniego semestru osoby studiujące nauczyły się tworzyć z użyciem narzędzi grafiki wektorowej, a równolegle pogłębiają kompetencje z zakresu komunikacji wizualnej oraz z zakresu edycji wideo i animacji. Zdobyte umiejętności z zakresu grafiki rastrowej są niezbędne w dalszym toku kształcenia oraz na każdej możliwej ścieżce kariery projektanta grafiki i multimedialistów.

Efekty uczenia się

Kod kierunkowego efektu uczenia się	Przedmiotowe efekty uczenia się	Weryfikacja efektów uczenia się
GRM1_W04	Student(ka) w zaawansowanym stopniu zna zastosowania ekspresji artystycznej w tworzeniu grafiki rastrowej dla branży reklamowej i medialnej.	Metoda 1
GRM1_W11	Student(ka) w zaawansowanym stopniu zna i rozumie trendy w zakresie automatyzacji i optymalizacji narzędzi w oprogramowaniu do grafiki rastrowej.	Metoda 1
GRM1_U06	Student(ka) potrafi posługiwać się własną ekspresją artystyczną w celu edycji i tworzenia złożonych obrazów w oparciu o posiadane umiejętności z zakresu obsługi programu Adobe Photoshop.	Metoda 1
GRM1_U09	Student(ka) potrafi samodzielnie szukać nowych środków wyrazu w doskonaleniu swojego warsztatu artystycznego, używając do tego narzędzi programu Adobe Photoshop.	Metoda 1

Opis i treści programowe

warsztaty

Opis:

Podczas kursu osoby studiujące uczą się zaawansowanych technik tworzenia i modyfikacji grafiki rastrowej oraz podtrzymują nawyk kształcenia ustawicznego w tym zakresie. Wykorzystują program Adobe Photoshop do tworzenia własnych prac, modyfikują ustawienia programu i narzędzi pod kątem wykonywanych zadań, tworzą własne sposoby rozwiązania zastanych problemów w ramach dostępnych narzędzi i ustawień.

Treści:

- Narzędzia selekcji (włosy, szkło, trawa); maski;
- Kolorowanie ilustracji;
- Przegląd zastosowań innych zaawansowanych narzędzi Adobe Photoshop;
- Wywoływanie plików RAW, konwersja RGB/CMYK; profile kolorystyczne;
- Optymalizacja i automatyzacja pracy w Adobe Photoshop; wykorzystywanie skrótów klawiaturowych;

Ćwiczenia:

1. Tworzenie w programie Adobe Photoshop ilustracji do wybranego tekstu literackiego.
2. Metamorfozy zdjęciowe w programie Adobe Photoshop, ćwiczenia praktyczne z wykorzystaniem masek, filtrów i pędzli.

Metody dydaktyczne

Metody dydaktyczne wspierające osiągnięcie efektów uczenia się oraz działające na rzecz równości i równego zaangażowania wszystkich uczestników.

- Podawcze: instruktaż, prezentacja
- Angażujące: ćwiczenia
- Inkluzywne: indywidualne korekty

Literatura obowiązkowa:

1. Chavez, C. (2023). *Adobe Photoshop PL. Oficjalny podręcznik*. Gliwice: Helion.

Literatura uzupełniająca:

1. Publishing, 3dtotal. (2020). *Beginner's guide to digital painting in Photoshop*. Worcester: 3DTotal Publishing.

Weryfikacja efektów uczenia się

	Forma weryfikacji	Warunek zaliczenia
Metoda 1	przeгляд prac	<ul style="list-style-type: none">– minimalna liczba punktów konieczna do zaliczenia: 51– maksymalna liczba punktów do zdobycia: 100

Ocena końcowa

Warunkiem uzyskania oceny pozytywnej z przedmiotu jest zdobycie minimalnej liczby punktów określonej dla każdego zadania. Obecność na zajęciach jest obowiązkowa. Ocena z przedmiotu wystawiana jest na podstawie sumy punktów zgodnie z poniższą skalą i progami:

91 – 100 punktów oznacza 5 (bardzo dobry)

81 – 90 punktów oznacza 4+ (dobry plus)

71 – 80 punktów oznacza 4 (dobry)

61 – 70 punktów oznacza 3+ (dostateczny plus)

51 – 60 punktów oznacza 3 (dostateczny)

poniżej 51 punktów oznacza 2 (niedostateczny), przedmiot musi być powtórzony.

KARTA PRZEDMIOTU

Nazwa przedmiotu: Wstęp do produkcji filmowej		Formy: warsztaty	Obligatoryjność: obowiązkowy
Kierunek studiów: Grafika reklamowa i multimedia specjalność: -		Poziom studiów: studia pierwszego stopnia	Język wykładowy: polski
Forma studiów: studia stacjonarne (ST) studia niestacjonarne (NST)	Semestr: 2 (ST, NST)	Liczba godzin w planie studiów: studia stacjonarne: 30h studia niestacjonarne: 24h	Nakład pracy: Liczba punktów ECTS: 2 Liczba godzin pracy: 50

Miejsce przedmiotu w programie studiów

Przedmiot „Wstęp do produkcji filmowej” należy do puli przedmiotów kierunkowych i wprowadza osoby studiujące w tematykę współczesnej produkcji filmowej – przygotowuje do pracy w środowisku filmowym i multimedialnym. Komplementarnymi przedmiotami są „Wstęp do animacji i postprodukcji 1” oraz „Wstęp do animacji i postprodukcji 2”, gdzie osoby studiujące zapoznają się z historią sztuk audiowizualnych oraz poznają tajniki technik postprodukcji. Możliwość pogłębiania wiedzy i umiejętności z tego zakresu oferuje specjalność Multimedia, gdzie na bazie tego przedmiotu oferowane są kolejne – „Produkcja filmowa” oraz „Montaż filmowy”.

Efekty uczenia się

Kod kierunkowego efektu uczenia się	Przedmiotowe efekty uczenia się	Weryfikacja efektów uczenia się
GRM1_W01	Student(ka) zna i rozumie w stopniu średniozaawansowanym zasady produkcji prostego projektu filmowego i jego etapy.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_W03	Student(ka) w stopniu średniozaawansowanym zna i rozumie role i funkcje uczestników procesu przygotowywania prostych projektów filmowych, a także tryb prowadzenia takich projektów.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_U08	Student(ka) potrafi za pomocą wyobraźni, intuicji i emocjonalności zaproponować różnorodne wersje prostego scenariusza sceny nawiązujące do odmiennych stylistyk opowiadanej historii.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_U11	Student(ka) potrafi brać udział w dyskusji, wykorzystując słownictwo terminologii branżowej dotyczące: trybów pracy filmowej, zawodów filmowych, scenopisarstwa i planu filmowego.	Metoda 1 Metoda 2

GRM1_U14	Student(ka) potrafi zaplanować i zorganizować proces tworzenia treatmentu autorskiego i prostego scenariusza sceny.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_K02	Student(ka) jest gotów(-owa) współpracować w zespole przygotowującym projekt filmowy, uwzględniając różne role i doświadczenie jego członków i w sposób konstruktywny wykorzystując wiedzę swoją i innych.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_K06	Student(ka) jest gotów(-owa) w toku pracy nad produkcją prostego projektu filmowego myśleć i działać w sposób przedsiębiorczy, reagując na bieżące sytuacje i problemy.	Metoda 1 Metoda 2

Opis i treści programowe

warsztaty

Opis:

Celem przedmiotu jest wprowadzenie studentów w podstawy teoretyczne i praktyczne związane z produkcją filmową. Osoby studiujące zapoznają się z rolami, procesami oraz narzędziami wykorzystywanymi w procesie filmowym, podstawami terminologii branżowej. Osoby studiujące poznają mechanikę działania produkcji multimedialnej. W trakcie zajęć tworzone są proste projekty pozwalające na zrozumienie podstaw produkcji filmowej w twórczym, aktywnym procesie. Projekt realizowany jest w grupie do 5 osób studiujących, celem projektu jest stworzenie treatmentu projektu multimedialnego na zadany temat.

Treści:

Wprowadzenie do produkcji filmowej:

- Podstawowe etapy produkcji filmowej: preprodukcja, produkcja, postprodukcja.
- Rola i obowiązki kluczowych członków zespołu filmowego: reżyser, producent, operator kamery, scenograf, kostiumograf, dźwiękowiec.
- Poznanie trybu produkcji dokumentalnej
- Poznanie trybu produkcji fabularnej
- Poznanie trybu produkcji reklamowej i korporacyjnej
- Tworzenie treatmentu autorskiego i prostego scenariusza sceny

Metody dydaktyczne

Metody dydaktyczne wspierające osiągnięcie efektów uczenia się oraz działające na rzecz równości i równego zaangażowania wszystkich uczestników.

- Podawcze: Wykład interaktywny
- Angażujące: Techniki aktywnego uczenia się w klasie, burza mózgów, Praca projektowa
- Inkluzywne: Praca grupowa, konsultacje indywidualne

Literatura obowiązkowa:

1. Goodell, G. (2019). *Sztuka produkcji filmowej*. Warszawa: Wydawnictwo Wojciech Marzec.
2. Zabłocki, M. (2023). *Kompendium produkcji filmu fabularnego. Ekipa filmowa: przedmiot umowy i zakres obowiązków oraz słownik terminologii*. Warszawa: CINEO PUBLISHING.

Literatura uzupełniająca:

1. Zabłocki, M.J. (2013). *Organizacja produkcji filmu fabularnego w Polsce*. Warszawa: Wydawnictwo Wojciech Marzec.

Weryfikacja efektów uczenia się

	Forma weryfikacji	Warunek zaliczenia
Metoda 1	przeгляд zadań praktycznych z udziałem studentów	– minimalna liczba punktów konieczna do zaliczenia: 26 – maksymalna liczba punktów do zdobycia: 50
Metoda 2	Zadanie warsztatowe: przygotowanie treatmentu projektu multimedialnego na zadany temat	– minimalna liczba punktów konieczna do zaliczenia: 25 – maksymalna liczba punktów do zdobycia: 50

Ocena końcowa

Warunkiem uzyskania oceny pozytywnej z przedmiotu jest zdobycie minimalnej liczby punktów określonej dla każdego zadania. Obecność na zajęciach jest obowiązkowa. Ocena z przedmiotu wystawiana jest na podstawie sumy punktów zgodnie z poniższą skalą i progami:

91 – 100 punktów oznacza 5 (bardzo dobry)

81 – 90 punktów oznacza 4+ (dobry plus)

71 – 80 punktów oznacza 4 (dobry)

61 – 70 punktów oznacza 3+ (dostateczny plus)

51 – 60 punktów oznacza 3 (dostateczny)

poniżej 51 punktów oznacza 2 (niedostateczny), przedmiot musi być powtórzony.

KARTA PRZEDMIOTU

Nazwa przedmiotu: Wstęp do animacji i postprodukcji 2		Formy: warsztaty konwersatorium	Obligatoryjność: obowiązkowy
Kierunek studiów: Grafika reklamowa i multimedia specjalność: -		Poziom studiów: studia pierwszego stopnia	Język wykładowy: polski
Forma studiów: studia stacjonarne (ST) studia niestacjonarne (NST)	Semestr: 2 (ST, NST)	Liczba godzin w planie studiów: studia stacjonarne: 50h studia niestacjonarne: 30h	Nakład pracy: Liczba punktów ECTS: 4 Liczba godzin pracy: 100

Składowe przedmiotu

1. Techniki animacji i postprodukcji 2 (warsztaty) - forma stacjonarna - 30h; forma niestacjonarna - 18h
2. Historia sztuk audiowizualnych 2 (konwersatorium) - forma stacjonarna - 20h; forma niestacjonarna - 12h

Miejsce przedmiotu w programie studiów

„Wstęp do animacji i postprodukcji 2” należy do puli przedmiotów uczących kreacji za pomocą współczesnych narzędzi, i jest kontynuacją przedmiotu „Wstęp do animacji i postprodukcji 1”. Bazuje też na kompetencjach zdobytych podczas pierwszego semestru, a jego poszczególne składowe są komplementarne dla takich przedmiotów, jak „Wstęp do produkcji filmowej” czy „Historia sztuki i projektowania”. Kompetencje projektowe w zakresie multimediiów pozyskane na tym przedmiocie są następnie wykorzystywane podczas realizacji różnego typu projektów w ramach wszystkich specjalizacji. Dla osób wybierających specjalność Multimedia przedmiot stanowi bazę do dalszego rozwoju w tym kierunku.

Efekty uczenia się		
Kod kierunkowego efektu uczenia się	Przedmiotowe efekty uczenia się	Weryfikacja efektów uczenia się
GRM1_W04	Student(ka) posiada zaawansowaną wiedzę na temat stosowanych w animacji narzędzi i umiejętności warsztatowych oraz rozumie zasady posługiwania się tymi narzędziami w trakcie pracy z materiałem filmowym i reklamowym.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_W10	Student(ka) zna podstawowe linie rozwojowe sztuki intermedialnej i sztuki dźwiękowej, i rozumie wpływ reprezentatywnych dzieł sztuki i kultury popularnej na historię i współczesność narracji wizualnej.	Metoda 1 Metoda 2 Metoda 3
GRM1_W11	Student(ka) w zaawansowanym stopniu zna i rozumie współczesne trendy technologiczne mające wpływ na warsztat z zakresu animacji i sztuki intermedialnej.	Metoda 1 Metoda 2 Metoda 3
GRM1_U07	Student(ka) potrafi dobrać i zastosować odpowiednie narzędzia warsztatu artystycznego, w tym wskazać konkretne rozwiązania w programach graficznych pomagające w realizacji projektów z zakresu animacji i postprodukcji.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_U14	Student(ka) potrafi planować i organizować indywidualny proces projektowy z zakresu animacji i obróbki obrazu filmowego.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_U15	Student(ka) potrafi realizować potrzebę uczenia się przez całe życie poprzez czerpanie inspiracji z dzieł sztuki intermedialnej i poszukiwanie najnowszych rozwiązań projektowych i narzędziowych w realizacji własnych celów artystycznych i projektowych.	Metoda 1 Metoda 2 Metoda 3

Opis i treści programowe
warsztaty - Techniki animacji i postprodukcji 2
<p>Opis: Podczas kursu studenci(-tki) poznają kolejne narzędzia programu Adobe After Effects, w tym te przeznaczone do postprodukcji filmowej i kompozitingu (<i>np. traktowanie 2D/3D, kluczowanie, podstawy kolor korekcji, rotoscoping i komponowanie elementów w przestrzeni 2 i 2,5D,3D</i>). Dzięki nim opanowują podstawowe techniki kreatywnej edycji materiału filmowego i fotograficznego, które będą mogli rozwinąć i zastosować twórczo podczas studiów oraz w przyszłej działalności zawodowej. Poznają również podstawowe narzędzia z zakresu AI, ułatwiające i przyspieszające pracę w kreatywnych projektach postprodukcyjnych.</p>
<p>Treści: – Zastosowanie kreatywne narzędzi do postprodukcji - praktyczne przykłady z dziedziny filmu, animacji, reklamy czy teledysków filmowych</p>

- Zapoznanie z branżowym nazewnictwem podstawowych technik i pojęć z postprodukcji jak VFX, CGI
- Zapoznanie z zaawansowanymi właściwościami materiału filmowego do edycji, tj.: rozdzielczość, liczba klatek na sekundę, kanały RGB, alfa i luma, proporcje ekranu, podstawowa przestrzeń kolorystyczna użyta w projekcie.
- Nauka Narzędzi w After effects przeznaczonych do komponowania obrazu w postprodukcji (*compositing*):
 - importowanie elementów graficznych i video, dopasowanie parametrów (*FPS, aspect ratio*), cięcie, maskowanie, zapętlenie wybranych fragmentów materiału filmowego do edycji w After Effects i innych pokrewnych programach,
 - wycinanie elementów na jednolitym tle zielonym lub niebieskim - kluczowanie (*chroma key, keying, green screen*),
 - obrysowywanie elementów do wycięcia z materiału filmowego (*rotoscoping*) za pomocą *Rotobrush* oraz *mask tracking*,
 - usuwanie obiektów z materiału filmowego (maskowanie) i zastępowanie ich wygenerowanym obrazem (*content aware fill*),
 - śledzenie ruchu obiektów i kamery (*object tracking, face tracking, camera tracking*) i dopasowanie nowych obiektów do ich ruchu w środowisku 2D i 3D.

Ćwiczenia praktyczne takie jak:

- *matte painting 2D/3D (Set extension)*. Stworzenie jednolitego obrazu z wielu odrębnych elementów (zdjęć,vfx,video) tak by pasował do istniejącego ujęcia filmowego jako nowe tło lub zastępował niebieskie tło.
- zastępowanie zielonego ekranu w telefonie lub ekranie tv nową zawartością (*keying,compositing*) i dodanie nowych elementów graficznych (*motion graphic*)
- *compositing* z elementów zdjęć i wideo z ruchomą kamerą w środowisku 2,5D/3D;
- kolor korekcja wkomponowanego obrazu z użyciem masek i warstw z efektami (*adjustment layers*), dodanie efektów dźwiękowych (*sfx*)

Zadanie semestralne z kompozycji obrazu (*compositingu*) z wybranym materiałem filmowym (z ruchomą kamerą) oraz elementami graficznymi (2D, 3D, CGI), wymagające twórczego zastosowania kilku z poznanych wyżej narzędzi do wyboru (*tracking, keying, rotobrush* itp.), tak by powstała nowa jakość.

Metody dydaktyczne:

Metody dydaktyczne wspierające osiągnięcie efektów uczenia się oraz działające na rzecz równości i równego zaangażowania wszystkich uczestników.

- Podawcze: Prezentacje multimedialne
- Angażujące: Ćwiczenia praktyczne przy komputerach pod okiem prowadzącego
- Inkluzywne: Indywidualne rozmowy ze studentem(ką)

Literatura obowiązkowa:

1. Wright S. (2011). *Compositing Visual Effects*. Focal Press
2. Failes, I. (2015). *Masters of Fx.Behind the Scenes with Geniuses of Visual and Special Effects*. Ilex
3. Block, B. (2018). *Opowiadanie obrazem. Tworzenie wizualnej struktury w filmie, telewizji i mediach cyfrowych*.
4. Grage, P. (2014). *Inside VFX: An Insider's View Into The Visual Effects And Film Business*.

Literatura uzupełniająca:

1. Vepakomma, M., Roosendaal, T. (2014). *Blender compositing and post processing*. Wydawnictwo: Packt Publishing
2. Drzał-Sierocka A., Godzic W. (2010). *Media audiowizualne: podręcznik akademicki*. Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne

Opis i treści programowe**konwersatorium - Historia sztuk audiowizualnych 2****Opis**

Konwersatorium Historia sztuk audiowizualnych 2 jest przeglądem najważniejszych wydarzeń, zjawisk i wytworów sztuki audiowizualnej XX i XXI wieku. Przedmiot wprowadza pojęcia z zakresu sztuki dźwiękowej. W toku zajęć prowadzone będą analizy wybranych dzieł sztuki audiowizualnej z przedstawieniem sylwetek artystów, kontekstu ich prezentacji i wpływu na świat sztuki i kultury.

Treści

Kurs dotyczy przekroju i ewolucji sztuk audiowizualnych w tym animacji na przestrzeni ostatniego stulecia. Wprowadza pojęcia z zakresu sztuki dźwiękowej.

- Rejestracja, notacja, edycja i interakcja są najważniejszymi elementami budowy instrumentu do komponowania i wykonywania projektów audiowizualnych.
- Kinetyka przestrzeni dźwiękowej jest serią prezentacji, w której aktywny gest oraz ruch wykonawcy i przedmiotu wyznaczają koncepcję metaprzestrzeni.

Studenci uczą się analizy dzieła sztuki i jego wpływu społecznego. Poznają sylwetki i analizują dzieła wybitnych artystów takich jak:

Luigi Russolo, Alvin Lucier, Hugh Davies, Hans Reichel, Robert Ruttman, Nicolas Collins, Rolf Langebartels, Jan Pieniążek, Alberto & Marcel Alberts, Zbigniew Karkowski, Edwin van der Heide, Paul Panhuysen, Matt Heckert, Gordon Monahan, Horst Rickels, Logos Duo, Richard Boulanger, Benoit Maubrey.

Metody dydaktyczne

Metody dydaktyczne wspierające osiągnięcie efektów uczenia się oraz działające na rzecz równości i równego zaangażowania wszystkich uczestników.

- Podawcze: Wykłady interaktywne z prezentacją multimedialną
- Angażujące: dyskusje i warsztaty
- Inklusywne: rozmowy indywidualne ze studentami

Literatura obowiązkowa:

1. Cox C, Warner D. (2010). *Kultura dźwięku*; Słowo, obraz, terytoria
2. Collins N. (2004). *Hardware Hacking*. Nicolas Collins
3. Higgins D. (1966). *Intermedia*. New York

Literatura uzupełniająca:

1. Kotoński, W. (2015). *Muzyka elektroniczna*. Wydawnictwo PWM

Weryfikacja efektów uczenia się		
	Forma weryfikacji	Warunek zaliczenia
Metoda 1	ćwiczenia praktyczne z animacji	– minimalna liczba punktów konieczna do zaliczenia: 10 – maksymalna liczba punktów do zdobycia: 20
Metoda 2	Projekt semestralny	– minimalna liczba punktów konieczna do zaliczenia: 20 – maksymalna liczba punktów do zdobycia: 40
Metoda 3	Analiza dzieła audiowizualnego - pisemne opracowanie	– minimalna liczba punktów konieczna do zaliczenia: 21 – maksymalna liczba punktów do zdobycia: 40

Ocena końcowa
<p>Warunkiem uzyskania oceny pozytywnej z przedmiotu jest zdobycie minimalnej liczby punktów określonej dla każdego zadania. Obecność na zajęciach jest obowiązkowa. Ocena z przedmiotu wystawiana jest na podstawie sumy punktów zgodnie z poniższą skalą i progami:</p> <p>91 – 100 punktów oznacza 5 (bardzo dobry) 81 – 90 punktów oznacza 4+ (dobry plus) 71 – 80 punktów oznacza 4 (dobry) 61 – 70 punktów oznacza 3+ (dostateczny plus) 51 – 60 punktów oznacza 3 (dostateczny) poniżej 51 punktów oznacza 2 (niedostateczny), przedmiot musi być powtórzony.</p>

KARTA PRZEDMIOTU

Nazwa przedmiotu: Wstęp do projektowania grafiki edytorskiej		Formy: warsztaty	Obligatoryjność: obowiązkowy
Kierunek studiów: Grafika reklamowa i multimedia specjalność: -		Poziom studiów: studia pierwszego stopnia	Język wykładowy: polski
Forma studiów: studia stacjonarne (ST) studia niestacjonarne (NST)	Semestr: 2 (ST, NST)	Liczba godzin w planie studiów: studia stacjonarne: 30h studia niestacjonarne: 24h	Nakład pracy: Liczba punktów ECTS: 3 Liczba godzin pracy: 75

Miejsce przedmiotu w programie studiów

Przedmiot „Wstęp do projektowania grafiki edytorskiej” bazuje na kompetencjach zdobytych w poprzednim semestrze na „Typografii”, „Komunikacji wizualnej 1” oraz na przedmiotach narzędziowych z zakresu grafiki rastrowej i wektorowej. Projektowanie odbywa się w programie Adobe InDesign, a osoby studiujące zyskują kompetencje w obszarze makrotypografii oraz konstrukcji siatek modułowych, co pozwala im w ramach kolejnych kursów sprawnie opracowywać wszelkie dokumenty zawierające tekst i obraz, w tym prezentacje. Dla osób wybierających specjalność Projektowanie graficzne przedmiot stanowi bazę do dalszego rozwoju w zakresie edytorstwa, grafiki reklamowej i informacyjnej.

Efekty uczenia się

Kod kierunkowego efektu uczenia się	Przedmiotowe efekty uczenia się	Weryfikacja efektów uczenia się
GRM1_W01	Student(-ka) zna w zaawansowanym stopniu podstawy projektowania publikacji z użyciem programu Adobe InDesign i rozumie sposoby oddziaływania tak stworzonych projektów na odbiorcę informacji zawartej w publikacji.	Metoda 2
GRM1_W06	Student(-ka) zna i rozumie narzędzia weryfikacji źródeł ilustracji wykorzystywanych przy tworzeniu grafiki edytorskiej oraz zagadnienia związane z ekologią publikacji.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_W11	Student(-ka) w zaawansowanym stopniu rozumie działanie, miejsce i rolę programu Adobe InDesign w procesie projektowania publikacji i grafiki edytorskiej, jego znaczenie i sposoby wykorzystania oferowanych przez niego możliwości technicznych w branży graficznej.	Metoda 2

GRM1_U02	Student(-ka) potrafi dokonać selekcji, analizy i krytycznej oceny materiałów (jakości technicznej tekstu i ilustracji, adekwatności palety barw i zastosowanych w projekcie krojów pisma, a także wpływu dobranych materiałów na proces druku/emisji publikacji) wykorzystywanych przy tworzeniu publikacji wielostronicowych i grafiki edytorskiej z użyciem programu Adobe InDesign.	Metoda 1
GRM1_U05	Student(-ka) potrafi wykonać makietę publikacji wielostronicowej w oparciu o wytyczne użytkownika, a także zaimplementować makietę w programie Adobe InDesign.	Metoda 1
GRM1_U07	Student(-ka) potrafi stosować program Adobe InDesign do realizacji projektów publikacji wielostronicowych i grafiki edytorskiej.	Metoda 1
GRM1_U11	Student(-ka) potrafi brać udział w dyskusji na temat swoich projektów z zakresu grafiki edytorskiej i przedstawiać logiczne argumenty uzasadniające dokonane wybory w zakresie użytych narzędzi i technik.	Metoda 1
GRM1_U13	Student(-ka) potrafi efektywnie oraz z zachowaniem zasad adekwatnych do okoliczności publicznie prezentować własne projekty wykonane z zastosowaniem programu Adobe InDesign.	Metoda 1
GRM1_K01	Student(-ka) jest gotów(-owa) do świadomej oraz krytycznej analizy materiałów pozyskanych od zleceniodawcy i podwykonawcy na potrzeby przygotowania projektu z zakresu grafiki edytorskiej oraz na tej podstawie do realizacji projektów publikacji wielostronicowych i grafiki edytorskiej w programie Adobe InDesign.	Metoda 1
GRM1_K03	Student(-ka) jest gotów(-owa) do celowego i świadomego korzystania z własnej wyobraźni, intuicji, emocjonalności i zdolności do twórczego myślenia w trakcie projektowania publikacji i grafiki edytorskiej z udziałem programu Adobe InDesign oraz prezentowania efektów swojej pracy.	Metoda 1

Opis i treści programowe

warsztaty

Opis:

Treści:

- Definiowanie obszaru roboczego, skrótów klawiaturowych i preferencji aplikacji.
- Praca z użyciem stron wzorcowych i warstw, praca z wątkiem tekstowym i tworzenie pagin.
- Importowanie tekstu, typografia, tworzenie stylów, automatyzacja i optymalizacja pracy.
- Używanie pluginów, implementowanie automatycznego sprawdzania poprawności publikacji.
- Możliwe sposoby importu grafiki i jej przekształcania, tworzenie i edycja grafiki w programie.
- Używanie palet i profilów kolorów, efektów, implementowanie elementów interaktywnych, budowanie tabel.
- Budowanie kolorów dodatkowych.
- Tworzenie projektów wykrojników i uszlachetnień.

Osoby studiujące będą zdobywać podstawowe kompetencje w zakresie tworzenia w programie Adobe InDesign publikacji do druku i w wersji elektronicznej. Poznają techniki i metody składu ulotki, książki, katalogu, czasopisma, plakatu, kalendarza. Zapoznają się z zasadami wymiany danych między aplikacjami Adobe InDesign a Ilustratorem i Photoshopem, metody przygotowania danych do importu, metody eksportu danych. Będą praktycznie wykorzystywać wiedzę z zakresu typografii i komunikacji wizualnej.

- Tworzenie pakietów oraz eksportowanie pracy do różnych formatów.
- Eksportowanie projektu do druku w formacie PDF.
- Ćwiczenie automatyki współpracy programu InDesign z programami Adobe Photoshop i Adobe Illustrator.

Projekty realizowane podczas zajęć i w ramach pracy w domu:

- Skład prostej broszury.
- Projekt kalendarza.
- Skład ilustrowanej publikacji naukowej z podziałem na łamy, przypisami, tabelami i infografiką.

Metody dydaktyczne

Metody dydaktyczne wspierające osiągnięcie efektów uczenia się oraz działające na rzecz równości i równego zaangażowania wszystkich uczestników.

- Podawcze: instruktaż, prezentacja
- Angażujące: ćwiczenia
- Inkluzywne: indywidualne korekty

Literatura obowiązkowa:

1. Dabner, D., Stewart, S., & Zempol, E. (2015). *Szkoła projektowania graficznego*. Warszawa: Arkady. [ss. 26–29, 40–59, 66–85, 106–109, 124–127, 130–139].
2. Kordes Anton, K., & DeJarld, T. (2021). *Adobe InDesign PL. Oficjalny podręcznik. Edycja 2020*. Gliwice: Helion.

Literatura uzupełniająca:

1. Adobe. (n.d.). *Adobe InDesign Learn & Support*. Pobrano z [Adobe InDesign Learn & Support](#)

Weryfikacja efektów uczenia się

	Forma weryfikacji	Warunek zaliczenia
Metoda 1	Przegląd prac	<ul style="list-style-type: none"> – minimalna liczba punktów konieczna do zaliczenia: 40 – maksymalna liczba punktów do zdobycia: 80
Metoda 2	Sprawdzian dotyczący wiedzy i umiejętności związanych z podstawami grafiki edytorskiej	<ul style="list-style-type: none"> – minimalna liczba punktów konieczna do zaliczenia: 11 – maksymalna liczba punktów do zdobycia: 20

Ocena końcowa

Warunkiem uzyskania oceny pozytywnej z przedmiotu jest zdobycie minimalnej liczby punktów określonej dla każdego zadania. Obecność na zajęciach jest obowiązkowa. Ocena z przedmiotu wystawiana jest na podstawie sumy punktów zgodnie z poniższą skalą i progami:

91 – 100 punktów oznacza 5 (bardzo dobry)

81 – 90 punktów oznacza 4+ (dobry plus)

71 – 80 punktów oznacza 4 (dobry)

61 – 70 punktów oznacza 3+ (dostateczny plus)

51 – 60 punktów oznacza 3 (dostateczny)

poniżej 51 punktów oznacza 2 (niedostateczny), przedmiot musi być powtórzony.

KARTA PRZEDMIOTU

Nazwa przedmiotu: Rysunek i kompozycja 2		Formy: warsztaty	Obligatoryjność: obowiązkowy
Kierunek studiów: Grafika reklamowa i multimedia specjalność: -		Poziom studiów: studia pierwszego stopnia	Język wykładowy: polski
Forma studiów: studia stacjonarne (ST) studia niestacjonarne (NST)	Semestr: 2 (ST, NST)	Liczba godzin w planie studiów: studia stacjonarne: 30h studia niestacjonarne: 24h	Nakład pracy: Liczba punktów ECTS: 2 Liczba godzin pracy: 50

Miejsce przedmiotu w programie studiów

Przedmiot „Rysunek i kompozycja 2” pogłębia i rozwija kompetencje zdobyte przez osoby studiujące na przedmiocie „Rysunek i kompozycja 1”. Zakres realizowanych tematów rysunkowych zostaje poszerzony o anatomię człowieka, co pozwala też wykorzystać i utrwalić umiejętności z zakresu kompozycji i perspektywy oraz posługiwania się innymi elementami warsztatu artystycznego i wyrażania własnej ekspresji za pomocą różnych technik. Zdobyte kompetencje są niezbędne w dalszej edukacji na kierunku Grafika Reklamowa i Multimedia oraz przy realizacji przyszłych projektów.

Efekty uczenia się

Kod kierunkowego efektu uczenia się	Przedmiotowe efekty uczenia się	Weryfikacja efektów uczenia się
GRM1_W04	Student(ka) zna i rozumie w stopniu zaawansowanym zasady tworzenia złożonych kompozycji w oparciu o elementy takie jak linia, kształt, forma, kolor i tekstura, z uwzględnieniem światłocienia i modelowania form.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_U02	Student(ka) potrafi analizować oraz krytycznie oceniać obraz rysowanej natury, w tym interpretować formy, struktury i proporcje widziane w otoczeniu, aby stworzyć z nich rysunek ekspresyjny lub syntetyczny.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_U06	Student(ka) potrafi zastosować zasady kompozycji w praktyce, tworząc spójne i przemyślane serie prac rysunkowych uwzględniające odpowiednią organizację przestrzeni i relacje między elementami rysunku.	Metoda 1 Metoda 2

GRM1_U07	Student(ka) potrafi posługiwać się narzędziami i technikami rysunkowymi, takimi jak ołówek, węgiel, tusz i kredki, rysunkowe narzędzia cyfrowe, a także łączyć różne techniki w sposób eksperymentalny. Potrafi świadomie dobrać odpowiednie narzędzia i techniki w zależności od charakteru i założeń twórczych pracy, uwzględniając precyzję, detale i wyrazistość formy.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_U09	Student(ka) potrafi realizować skomplikowane prace rysunkowe na podstawie opracowanych wcześniej szkiców, rozwijając w ten sposób swój warsztat artystyczny.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_U13	Student(ka) potrafi przygotować swoje prace do prezentacji, w tym zadbać o właściwy układ kompozycyjny prac wspierający ich odbiór, a także prezentować je i uczestniczyć w dyskusjach dotyczących rysunku i kompozycji.	Metoda 2
GRM1_K03	Student(ka) jest gotów(-owa) do korzystania z własnej wyobraźni i zdolności twórczego myślenia podczas samodzielnego kształtowania prac rysunkowych, ich prezentacji i dyskusji o nich.	Metoda 1 Metoda 2

Opis i treści programowe

warsztaty

Opis:

Celem przedmiotu jest pogłębienie umiejętności rysunkowych i kompozycyjnych zdobytych w ramach kursu *Rysunek i Kompozycja 1*. Studenci rozwijają zaawansowane techniki rysunkowe oraz analizują zasady kompozycji w kontekście praktyki projektowej i artystycznej. Kurs obejmuje zarówno rysunek tradycyjny, jak i cyfrowy, umożliwiając studentom eksplorowanie różnorodnych mediów i narzędzi, a także łączenie ich w kreatywny sposób. Zajęcia kładą nacisk na rozbudowane studia nad formą, strukturą, światłem i przestrzennością, a także na eksperymentowanie z materiałami i technikami.

Treści:

Techniki rysunkowe

- Rysowanie z natury i z wyobraźni: studia zaawansowane
- Techniki rysunkowe: węgiel, tusz, kredki, techniki mieszane
- Rysunek cyfrowy i tradycyjny, łączenie narzędzi
- Rysunek przestrzenny: perspektywa wielopunktowa, rysowanie w ruchu

Kompozycja zaawansowana

- Analiza i zastosowanie zasad kompozycji: równowaga, rytm, proporcje, kontrast
- Kompozycja dynamiczna: wprowadzenie do kompozycji ruchu i emocji
- Kompozycja w różnych formatach: od małych formatów po duże powierzchnie

Studia nad formą i strukturą

- Rysowanie z zastosowaniem światła i cienia: techniki modelowania form
- Przestrzenność w rysunku: budowanie głębi i objętości
- Analiza struktury obiektów: detale i tekstury

Kreatywne podejście do rysunku

- Eksperymentowanie z formą i materiałem: prace z nieszablonowymi technikami
- Interpretacja i abstrakcja: przekształcanie obiektów w formy abstrakcyjne
- Personalizacja technik: rozwijanie własnego stylu rysunkowego

Projekt końcowy

- Przygotowanie projektu rysunkowego na zadany temat
- Prezentacja i obrona projektu: omówienie koncepcji, procesu twórczego i rezultatów

Ćwiczenia warsztatowe na zadany temat (postać z natury, studium obiektów, kolaż rysunkowy, kolaż cyfrowy, szkice)

Metody dydaktyczne

Metody dydaktyczne wspierające osiągnięcie efektów uczenia się oraz działające na rzecz równości i równego zaangażowania wszystkich uczestników.

- Podawcze: prezentacje
- Angażujące i inkluzywne: ćwiczenia praktyczne w pracowni, praca w grupach, dyskusje, korekty indywidualne i grupowe z prowadzącym

Literatura obowiązkowa:

1. Hogarth, W. (2008). *Analiza piękna*. Gdańsk: słowo/obraz terytoria.

Literatura uzupełniająca:

1. Klee, P. (2023). *Szkiecownik pedagogiczny*. Kraków: Rewizje.
2. Escher, M. C. (2005). *Seria Malarze świata*. Warszawa: Wydawnictwo Taschen.

Weryfikacja efektów uczenia się

	Forma weryfikacji	Warunek zaliczenia
Metoda 1	zadania praktyczne z rysunku i kompozycji	<ul style="list-style-type: none">– minimalna liczba punktów konieczna do zaliczenia: 35– maksymalna liczba punktów do zdobycia: 70
Metoda 2	przegląd zestawu ćwiczeń praktycznych z udziałem studenta(ki)	<ul style="list-style-type: none">– minimalna liczba punktów konieczna do zaliczenia: 16– maksymalna liczba punktów do zdobycia: 30

Ocena końcowa

Warunkiem uzyskania oceny pozytywnej z przedmiotu jest zdobycie minimalnej liczby punktów określonej dla każdego zadania. Obecność na zajęciach jest obowiązkowa. Ocena z przedmiotu wystawiana jest na podstawie sumy punktów zgodnie z poniższą skalą i progami:

91 – 100 punktów oznacza 5 (bardzo dobry)

81 – 90 punktów oznacza 4+ (dobry plus)

71 – 80 punktów oznacza 4 (dobry)

61 – 70 punktów oznacza 3+ (dostateczny plus)

51 – 60 punktów oznacza 3 (dostateczny)

poniżej 51 punktów oznacza 2 (niedostateczny), przedmiot musi być powtórzony.

KARTA PRZEDMIOTU

Nazwa przedmiotu: Architektura informacji i narzędzia w procesie projektowym		Formy: konwersatorium, warsztaty	Obligatoryjność: obowiązkowy
Kierunek studiów: Grafika reklamowa i multimedia specjalność: -		Poziom studiów: studia pierwszego stopnia	Język wykładowy: polski
Forma studiów: studia stacjonarne (ST) studia niestacjonarne (NST)	Semestr: 2 (ST, NST)	Liczba godzin w planie studiów: studia stacjonarne: 42h studia niestacjonarne: 30h	Nakład pracy: Liczba punktów ECTS: 2 Liczba godzin pracy: 50

Składowe przedmiotu

1. Architektura informacji (konwersatorium) - forma stacjonarna -18h; forma niestacjonarna - 12h
2. Narzędzia w procesie projektowym (warsztaty) - forma stacjonarna - 24h; forma niestacjonarna - 18h

Miejsce przedmiotu w programie studiów

Przedmiot „Architektura informacji i narzędzia w procesie projektowym” należy do puli przedmiotów kierunkowych. Osoby studiujące zdobywają kompetencje niezbędne do przeprowadzenia pełnego procesu projektowego. Komplementarny dla jego treści jest odbywający się równolegle przedmiot „Badania w procesie projektowym”. Kompetencje w zakresie prowadzenia procesu projektowego oraz organizacji informacji będą wielokrotnie wykorzystywane i utrwalane, a także pogłębiane na innych przedmiotach w toku studiów, w ramach wybranej specjalności oraz w trakcie realizacji projektu dyplomowego. Uzupełnieniem edukacji z zakresu prowadzenia procesu projektowego są również kolejne przedmioty badawcze – „Badania jakościowe” i „Analiza semiotyczna przekazu wizualnego”.

Efekty uczenia się		
Kod kierunkowego efektu uczenia się	Przedmiotowe efekty uczenia się	Weryfikacja efektów uczenia się
GRM1_W03	Student(ka) w zaawansowanym stopniu rozumie rolę i znaczenie typowych narzędzi wspierających proces projektowania i narzędzi projektowych w efektywnym prowadzeniu procesu projektowego oraz zna praktyczne zastosowanie tych narzędzi.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_W06	Student(ka) rozumie rolę i odpowiedzialność społeczną architekta informacji, w tym jak architektura informacji wpływa na projektowanie systemów informacyjnych i doświadczenia użytkowników.	Metoda 2 Metoda 3
GRM1_W12	Student(ka) w zaawansowanym stopniu zna relacje i zależności między procesem projektowym a teoriami dotyczącymi designu jako medium służące wprowadzaniu zmiany społecznej przez produkt.	Metoda 1 Metoda 3
GRM1_U01	Student(ka) potrafi wykorzystać posiadaną wiedzę z zakresu architektury informacji dotyczącą kategoryzacji, hierarchizacji oraz nawigacji do zaprojektowania systemu informacyjnego jako elementu procesu projektowego w zakresie grafiki użytkowej, interaktywnej i multimedialnych.	Metoda 1 Metoda 2 Metoda 3
GRM1_U02	Student(ka) potrafi stosować metody projektowania wysoko- i niskopoziomowej architektury informacji, z wykorzystaniem AI, tworząc rozwiązania zorientowane na potrzeby i oczekiwania użytkowników.	Metoda 2 Metoda 3
GRM1_U03	Student(ka) potrafi zidentyfikować problem projektowy dobierając adekwatne narzędzia badawcze i analityczne; a także formułować weryfikowalne założenia projektowe.	Metoda 2
GRM1_U04	Student(ka) potrafi wykorzystać wiedzę z zakresu nauk o komunikacji społecznej i mediach do efektywnego komunikowania się z odbiorcą projektu w celu określenia hierarchii informacji podczas projektowania architektury informacji.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_U05	Student(ka) potrafi przeprowadzić analizę potrzeb interesariuszy i odbiorców projektu, opracować mapy empatii, mapy procesów (User Journey Map) oraz analizy konkurencji (benchmark).	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_U07	Student(ka) potrafi identyfikować problemy projektowe, definiować problemy oraz stosować narzędzia takie jak Design Studio i Value Proposition Canvas do modelowania rozwiązań.	Metoda 1 Metoda 2

GRM1_K08	Student(ka) jest gotów(-owa) do analizowania wpływu realizowanych przez siebie projektów z zakresu grafiki użytkowej, interaktywnej i multimedialnych, i dokonywania samooceny na podstawie prototypów proponowanych rozwiązań.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_K11	Student(ka) jest gotów(-owa) do samodzielnego budowania architektury informacji na rzecz prowadzonego projektu.	Metoda 1 Metoda 2 Metoda 3

Opis i treści programowe

konwersatorium - Architektura informacji

Opis:

Kurs "Podstawy architektury informacji" w formie konwersatorium ma na celu zapoznanie osób studiujących z kluczowymi zasadami organizacji i strukturyzowania treści. Osoby studiujące będą analizować różne metody porządkowania informacji, takie jak kategoryzacja, hierarchizacja oraz nawigacja, co pozwoli na tworzenie przejrzystych systemów informacyjnych. Ważnym elementem kursu będzie zrozumienie, jak architektura informacji wpływa na odbiór i użytkowanie treści. Zajęcia z elementami dyskusji umożliwią uczestnikom wymianę poglądów i refleksję nad wyzwaniami związanymi z organizacją informacji. Kurs ma na celu rozwinięcie wiedzy, terminologii i umiejętności krytycznego myślenia w zakresie projektowania efektywnych systemów informacyjnych.

Treści:

- Podstawowe informacje nt. architektury informacji, metod oraz narzędzi w projektowaniu: pojęcia, cele, historia, obszar zainteresowań, koncepcje, czym zajmują architekt informacji;
- Zagadnienia projektowania organizacji informacji: metody, dobre praktyki
- Projektowanie systemów nawigacji: teoria i typologia, mechanizmy
- Metody i techniki projektowania AI, wysoko- i niskopoziomowa architektura informacji w kontekście projektowania zorientowanego na użytkownika lub odbiorcę treści.

Metody dydaktyczne

Metody dydaktyczne wspierające osiągnięcie efektów uczenia się oraz działające na rzecz równości i równego zaangażowania wszystkich uczestników.

- Podawcze: prezentacja, case-study
- Angażujące: dyskusja, zadania praktyczne
- Inkluzywne: indywidualne korekty

Literatura podstawowa

1. Skórka, S. (2002). Architektura informacji. Nowy kierunek rozwoju informacji naukowej. *EBIB Elektroniczny Biuletyn Informacyjny Bibliotekarzy*, 11(40). Pobrano z <http://www.ebib.pl/2002/40/skorka.php>
2. Rosenfeld, L., & Morville, P. (2003). *Architektura informacji w serwisach internetowych*. Gliwice: Helion. [fragmenty]
3. Knapp, J., Zeratsky, J., & Kowitz, B. (2017). *Pięciodniowy sprint: rozwiązywanie trudnych problemów i testowanie pomysłów*. Gliwice: Helion. [fragmenty]

Literatura uzupełniająca

1. Rosenfeld, L., & Morville, P. (2003). *Architektura informacji w serwisach WWW*. Gliwice: Helion.

2. Morrogh, E. (2003). *Information Architecture: An Emerging 21st Century Profession*. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
3. Cohen, J. (2004). *Serwisy WWW: Projektowanie, tworzenie i zarządzanie*. Gliwice: Helion.
4. Kalbach, J. (2008). *Projektowanie nawigacji strony WWW: Optymalizacja funkcjonalności witryny*. Gliwice: Helion.

Inne materiały dydaktyczne

- <http://www.iainstitute.org>
- <http://www.usability.gov>

warsztaty - Narzędzia w projektowaniu

Opis:

Kurs obejmuje kształtowanie praktycznych umiejętności związanych z wykorzystaniem typowych narzędzi procesu projektowego, od zidentyfikowania tematu projektu poprzez burzę mózgów i metody priorytetyzacji, po charakterystykę odbiorców projektu, tworzenie map interesariuszy, person i map empatii, a także mapowanie procesów (User Journey Map) oraz analizę konkurencji (benchmark). Studenci nauczą się identyfikować problemy w obszarze aktywności odbiorców i wykorzystywać narzędzia wspomagające modelowanie rozwiązań, takie jak Design Studio i Value Proposition Canvas, a także przygotują definicję problemu projektowego. Na etapie modelowania opracują user flow, diagram architektury informacji, a w zależności od potrzeb zastosują card sorting. Elementy prototypowania obejmują lo-fi prototypowanie, np. paper prototyping, storyboardy lub nagrane scenki."

Treści:

Omówienie praktycznego wykorzystania podstawowych narzędzi procesu projektowego

- zidentyfikowanie tematu projektu: burza mózgów i metody priorytetyzacji;
- zidentyfikowanie oraz charakterystyka odbiorców projektu i map interesariuszy lub ekosystemu, person oraz opracowanie map empatii, mapowanie procesów w których bierze udział odbiorca (User Journey Map), analiza konkurencji (benchmark);

Problem projektowy a rozwiązanie

- Omówienie metod identyfikowania problemów w obszarze aktywności odbiorcy oraz narzędzi wspomagających proces modelowania rozwiązań.
- Definicja problemu projektowego
- Design studio,
- Value Proposition Canvas
- modelowanie: opracowanie user flow, diagram architektury informacji, (w zależności od potrzeb card sorting);

Elementy prototypowania

- prototypowanie lo-fi adekwatnie do rozwiązania np. paper prototyping, storyboard, nagrana scenka
- prototypowanie bez użycia komputera
- opracowanie podsumowania opracowanego rozwiązania oraz procesu projektowego.

Metody dydaktyczne

Metody dydaktyczne wspierające osiągnięcie efektów uczenia się oraz działające na rzecz równości i równego zaangażowania wszystkich uczestników.

- Podawcze: prezentacja, case-study

- Angażujące: dyskusja, zadania praktyczne, projekt praktyczny
- Inkluzywne: indywidualne rozmowy

Literatura podstawowa:

1. Michalska-Dominiak, B., & Grocholiński, P. (2019). *Poradnik design thinking, czyli jak wykorzystać myślenie projektowe w biznesie*. Gliwice: Helion. [fragmenty].
2. Kalbach, J. (2022). *Mapowanie wrażeń. Kreowanie wartości przy pomocy ścieżek klienta, schematów usług i diagramów* (wyd. 2). Gliwice: Helion. [fragmenty].
3. Rogoś-Turek, B., & Mościchowska, I. (2015). *Badania jako podstawa projektowania user experience*. Warszawa: PWN. [fragmenty].

Literatura uzupełniająca:

1. Kasperski, M., & Boguska-Torbicz, A. (2008). *Projektowanie stron WWW: Użyteczność w praktyce*. Gliwice: Helion.
2. Morville, P., & Callender, J. (2011). *Wzorce wyszukiwania: Projektowanie nowoczesnych wyszukiwarek*. Gliwice: Helion.
3. Warfel, T. Z. (2009). *Prototyping: A Practitioner's Guide*. Brooklyn, NY: Rosenfeld Media.

Weryfikacja efektów uczenia się

	Forma weryfikacji	Warunek zaliczenia
Metoda 1	kolokwium (warsztaty)	<ul style="list-style-type: none"> – minimalna liczba punktów konieczna do zaliczenia: 11 – maksymalna liczba punktów do zdobycia: 20
Metoda 2	zadanie projektowe w zespole	<ul style="list-style-type: none"> – minimalna liczba punktów konieczna do zaliczenia: 20 – maksymalna liczba punktów do zdobycia: 40
Metoda 3	kolokwium (konwersatorium)	<ul style="list-style-type: none"> – minimalna liczba punktów konieczna do zaliczenia: 20 – maksymalna liczba punktów do zdobycia: 40

Ocena końcowa

Warunkiem uzyskania oceny pozytywnej z przedmiotu jest zdobycie minimalnej liczby punktów określonej dla każdego zadania. Obecność na zajęciach jest obowiązkowa. Ocena z przedmiotu wystawiana jest na podstawie sumy punktów zgodnie z poniższą skalą i progami:

91 – 100 punktów oznacza 5 (bardzo dobry)

81 – 90 punktów oznacza 4+ (dobry plus)

71 – 80 punktów oznacza 4 (dobry)

61 – 70 punktów oznacza 3+ (dostateczny plus)

51 – 60 punktów oznacza 3 (dostateczny)

poniżej 51 punktów oznacza 2 (niedostateczny), przedmiot musi być powtórzony.

SEMESTR 3

KARTA PRZEDMIOTU

Nazwa przedmiotu: Podstawy krytycznego myślenia		Formy: wykład	Obligatoryjność: obowiązkowy
Kierunek studiów: Grafika reklamowa i multimedia specjalność: -		Poziom studiów: studia pierwszego stopnia	Język wykładowy: polski
Forma studiów: studia stacjonarne (ST) studia niestacjonarne (NST)	Semestr: 3 (ST, NST)	Liczba godzin w planie studiów: studia stacjonarne: 20h studia niestacjonarne: 20h	Nakład pracy: Liczba punktów ECTS: 2 Liczba godzin pracy: 50

Miejsce przedmiotu w programie studiów

Przedmiot „Podstawy krytycznego myślenia” uzupełnia program studiów o treści ogólnohumanistyczne. Poprzedza go przedmiot „Kompetencje społeczne akademickie”, a komplementarne dla niego pozostają przedmioty poświęcone badaniom projektowym oraz kontekstowi projektowania – jak np. „Socjologia sztuki i projektowania”. W ramach przedmiotu „Podstawy krytycznego myślenia” osoby studiujące zyskują kompetencje, które są kluczowe we współczesnej rzeczywistości społecznej. Zdobyte wiedza i umiejętności są potrzebne na wszystkich kolejnych przedmiotach, na których realizowane są elementy analizy danych zastanych, a także do realizacji „Proseminarium” oraz seminariów dyplomowych.

Efekty uczenia się

Kod kierunkowego efektu uczenia się	Przedmiotowe efekty uczenia się	Weryfikacja efektów uczenia się
GRM1_W06	Student(ka) zna i rozumie rolę krytycznego rozumowania dla podejmowania etycznych decyzji podczas wykonywania pracy projektanta(-ki) grafiki użytkowej, interaktywnej i multimedialnych.	Metoda 1
GRM1_U02	Student(ka) potrafi wykorzystywać narzędzia krytycznego myślenia oraz metody analizy dyskursu do dokonywania selekcji, analizy i krytycznej oceny informacji, które wykorzystuje na potrzeby procesu projektowania grafiki użytkowej, interaktywnej i multimedialnych.	Metoda 1

GRM1_K01	Studentk(ka) wykazuje gotowość do uwzględniania wyników własnej dokonanej w oparciu o narzędzia krytycznego rozumowania analizy pozyskanych informacji podczas pracy nad swoim projektem dzieła graficznego, interaktywnego czy multimedialnego.	Metoda 1
----------	--	----------

Opis i treści programowe	
wykład	
Opis:	
<p>Celem kursu jest wprowadzenie w zagadnienia związane z myśleniem krytycznym, jego wartością i przydatnością zarówno w procesie odbioru wytworów i zjawisk kulturowych, jak i w trakcie pracy projektowej. Osoby studiujące zostaną zaznajomione z wiedzą na temat krytycznej analizy dyskursu i teorii krytycznej oraz z zagadnieniami dotyczącymi narzędzi poznawczych, myślenia, błędów logicznych i innych kwestii związanych z krytycznym rozumowaniem. Podczas wykładów zostanie również położony nacisk na rolę krytycznego myślenia w procesie analizy i oceny informacji i materiałów pozyskanych na potrzeby procesu projektowania graficznego.</p>	
Treści:	
<ul style="list-style-type: none"> – Omówienie podstawowych narzędzi rozumowania krytycznego: definiowanie, analizowanie, kwestionowanie, interpretowanie, dedukowanie, indukowanie. – Pułapki myślenia i błędy poznawcze jako kwestie utrudniające odbiór i ocenę informacji. – Pojęcie dyskursu, jego rola w życiu społecznym i sposoby jego analizy. – Podstawowe założenia teorii krytycznej i przykłady jej zastosowania w dyskursie: poststrukturalizm, postmodernizm, posthumanizm. – Rola ideologii, prawdy i postprawdy w życiu społecznym. – Przykłady analizy i oceny z użyciem zasad i narzędzi krytycznego myślenia różnego rodzaju informacji – Rola krytycznego myślenia w procesie etycznego i świadomego społecznie projektowania graficznego. 	
Metody dydaktyczne	
<p>Metody dydaktyczne wspierające osiągnięcie efektów uczenia się oraz działające na rzecz równości i równego zaangażowania wszystkich uczestników.</p> <ul style="list-style-type: none"> – Podawcze: wykład interaktywny – Angażujące: dyskusja na temat prezentowanych zagadnień, krytyczna analiza wskazywanych przez osobę prowadzącą przypadków – Inkluzywne: zachęcanie do zabrania głosu w dyskusji i zadawania pytań 	
Literatura obowiązkowa:	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Ajdukiewicz, K. (1985). <i>Język i poznanie</i> (t. 1–2). Warszawa: Państwowe Wydawnictwo Naukowe. 2. Bowell, T., & Kemp, G. (2015). <i>Critical thinking: A concise guide</i> (4th ed.). London: Routledge. 3. Kisielewicz, A. (2017). <i>Logika i argumentacja: Praktyczny kurs krytycznego myślenia</i>. Warszawa: PWN. 	

Weryfikacja efektów uczenia się		
	Forma weryfikacji	Warunek zaliczenia
Metoda 1	Sprawdzian pisemny zawierający pytania otwarte i zamknięte	<ul style="list-style-type: none"> – minimalna liczba punktów konieczna do zaliczenia: 51 – maksymalna liczba punktów do zdobycia: 100

Ocena końcowa
<p>Warunkiem uzyskania oceny pozytywnej z przedmiotu jest zdobycie minimalnej liczby punktów określonej dla każdego zadania. Obecność na zajęciach jest obowiązkowa. Ocena z przedmiotu wystawiana jest na podstawie sumy punktów zgodnie z poniższą skalą i progami:</p> <p>91 – 100 punktów oznacza 5 (bardzo dobry) 81 – 90 punktów oznacza 4+ (dobry plus) 71 – 80 punktów oznacza 4 (dobry) 61 – 70 punktów oznacza 3+ (dostateczny plus) 51 – 60 punktów oznacza 3 (dostateczny) poniżej 51 punktów oznacza 2 (niedostateczny), przedmiot musi być powtórzony.</p>

KARTA PRZEDMIOTU

Nazwa przedmiotu: Fotografia 1		Formy: warsztaty	Obligatoryjność: obowiązkowy
Kierunek studiów: Grafika reklamowa i multimedia specjalność: -		Poziom studiów: studia pierwszego stopnia	Język wykładowy: polski
Forma studiów: studia stacjonarne (ST) studia niestacjonarne (NST)	Semestr: 3 (ST, NST)	Liczba godzin w planie studiów: studia stacjonarne - 30h studia niestacjonarne - 24h	Nakład pracy: Liczba punktów ECTS: 3 Liczba godzin pracy: 75

Miejsce przedmiotu w programie studiów

„Fotografia 1” należy do grupy przedmiotów podstawowych, kierunkowych. Do jego realizacji potrzebne są zarówno kompetencje z zakresu warsztatu artystycznego pozyskane na obu częściach „Rysunku i kompozycji”, jak i narzędziowe z zakresu edycji grafiki rastrowej. Kolejnym przedmiotem z tego cyklu jest „Fotografia 2”. Przedmiot „Fotografia 1” uzupełnia umiejętności osób studiujących o kompetencje w zakresie fotografii studyjnej, w tym także zdjęć produktowych. Zdobyta wiedza i umiejętności są niezbędne dla wymaganego w ramach wielu przedmiotów dokumentowania efektów własnej pracy, ale także pracy dyplomowej.

Efekty uczenia się

Kod kierunkowego efektu uczenia się	Przedmiotowe efekty uczenia się	Weryfikacja efektów uczenia się
GRM1_W04	Student(-ka) zna zasady posługiwania się technikami fotograficznymi oraz rozumie, jak zastosować narzędzia fotografii, kompozycji, oświetlenia i postprodukcji w tworzeniu projektów wizualnych dla branży reklamowej i medialnej.	Metoda 2
GRM1_W10	Student(-ka) zna podstawowe linie rozwojowe fotografii w kontekście sztuk wizualnych oraz rozumie wpływ fotografii na współczesne projektowanie graficzne i multimedialne, a także jej rolę w kulturze wizualnej.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_U06	Student(-ka) potrafi wykorzystać ekspresję artystyczną w fotografii do konstruowania oryginalnych projektów fotograficznych, które odzwierciedlają indywidualne koncepcje artystyczne i kreatywne podejście do obrazu fotograficznego.	Metoda 2

GRM1_U07	Student(-ka) potrafi dobrać odpowiednie narzędzia i techniki fotograficzne, w tym aparaty cyfrowe, oświetlenie oraz oprogramowanie do postprodukcji do realizacji założeń podstawowych typów projektów fotograficznych.	Metoda 2
GRM1_U13	Student(-ka) potrafi w sposób efektywny prezentować swoje proste prace fotograficzne podczas publicznych pokazów, wystaw czy prezentacji multimedialnych, wykorzystując narzędzia do komunikacji wizualnej i audiowizualnej.	Metoda 1
GRM1_K03	Student(-ka) jest gotów(-owa) do twórczego korzystania z wyobraźni i intuicji w pracy nad podstawowymi projektami fotograficznymi, podejmując wyzwania związane z różnorodnymi warunkami pracy oraz świadomie analizując i prezentując swoje osiągnięcia artystyczne.	Metoda 1 Metoda 2

Opis i treści programowe

warsztaty

Opis:

Celem przedmiotu jest zapoznanie studentów z technikami fotografii, w tym obsługą aparatu, zasadami kompozycji, oświetlenia, a także postprodukcją obrazu. Studenci uczą się zarówno technicznych, jak i artystycznych aspektów pracy fotografa. Przedmiot kładzie nacisk na rozwijanie umiejętności twórczych oraz rozumienie roli fotografii w komunikacji wizualnej, ma na celu rozwinięcie umiejętności świadomego tworzenia i analizy obrazów fotograficznych, z uwzględnieniem aspektów estetycznych, technicznych i kontekstualnych.

Treści:

1. Ćwiczenie podstaw fotografii

- sprawdzanie, jak powstaje obraz w zależności od techniki fotografowania
- używanie migawki i przesłony,
- praca z ISO i czasem naświetlania,
- stosowanie trójkąta ekspozycji.

2. Używanie aparatu fotograficznego

- różnice między aparatem analogowym, cyfrową lustrzanką, bezlusterkowcem i smartfonem,
- używanie różnych trybów aparatu, w tym manualnego i półautomatycznego,
- układ pomiaru światła i ostrości,
- ćwiczenie technik fotograficznych podstawowych i zaawansowanych.

3. Praca ze światłem

- zapoznanie się z charakterystyką i cechami światła,
- ćwiczenia w używaniu barwy światła i balansu bieli (WB),
- zastosowanie światła (w tym naturalnego) w obrazie,
- używanie światła wymuszonego, ciągłego, błyskowego, mieszanego.

4. Praca z kompozycją

- zapoznanie się z mechanizmami postrzegania, widzenia selektywnego oraz zasadami budowania obrazu i kadrowaniem,

- określanie i opracowywanie elementów kompozycji,
- ćwiczenie podstawowych i zaawansowanych technik kompozycyjnych,
- dbanie o równowagę w obrazie,
- stosowanie koloru i światła w kompozycji.

5. Postprodukcja

- ćwiczenie różnych technik obróbki zdjęć: Photoshop, Lightroom, aplikacje w smartfonie, AI (eksploracja narzędzi sztucznej inteligencji w procesie edycji i poprawy zdjęć)

Ćwiczenia: seria zdjęć kompozycja abstrakcyjna, autoportret, światło i kompozycja

Metody dydaktyczne

Metody dydaktyczne wspierające osiągnięcie efektów uczenia się oraz działające na rzecz równości i równego zaangażowania wszystkich uczestników.

- Podawcze: wykład, prezentacja
- Angażujące: realizacja indywidualnych projektów fotograficznych w ramach zajęć (tematyczne sesje zdjęciowe), praca w studio fotograficznym (praca w małych grupach nad projektami fotograficznymi umożliwia wymianę doświadczeń, rozwój umiejętności współpracy oraz wspólne rozwiązywanie problemów)
- Inkluzywne: indywidualne korekty, prowadzący bierze pod uwagę zróżnicowany poziom zaawansowania studentów oraz różnice w stylach uczenia się, dostosowując zadania i tempo pracy do indywidualnych potrzeb.

Literatura obowiązkowa:

1. Cotton, C. (2010). *Fotografia jako sztuka współczesna*. Kraków: Universitas.
2. Freeman, M. (2010). *Oko fotografa: Kompozycja ujęć dla fotografów cyfrowych*. Łódź: Galaktyka.
3. Freeman, J. (2010). *Fotografia: Nowy, wyczerpujący poradnik fotografowania: Od podstaw kompozycji do najnowszych technik cyfrowych*. Warszawa: Arkady.

Literatura uzupełniająca:

1. Schuy, E. (2011). *Fotografia produktowa: Od przedmiotu do martwej natury*. Łódź: Galaktyka.
2. Hedgecoe, J. (2008). *Fotografia kreatywna*. Warszawa: Arkady.
3. Sammon, R. (2011). *Światło w fotografii. Poznaj i wykorzystaj jego potencjał*. Gliwice: Helion.

Weryfikacja efektów uczenia się

	Forma weryfikacji	Warunek zaliczenia
Metoda 1	prezentacja zrealizowanych projektów fotograficznych	<ul style="list-style-type: none"> – minimalna liczba punktów konieczna do zaliczenia: 21 – maksymalna liczba punktów do zdobycia: 40
Metoda 2	ćwiczenia warsztatowe polegające na realizacji serii zdjęć tematycznych podczas zajęć w ramach indywidualnych projektów fotograficznych	<ul style="list-style-type: none"> – minimalna liczba punktów konieczna do zaliczenia: 30 – maksymalna liczba punktów do zdobycia: 60

Ocena końcowa

Warunkiem uzyskania oceny pozytywnej z przedmiotu jest zdobycie minimalnej liczby punktów określonej dla każdego zadania. Obecność na zajęciach jest obowiązkowa. Ocena z przedmiotu wystawiana jest na podstawie sumy punktów zgodnie z poniższą skalą i progami:

91 – 100 punktów oznacza 5 (bardzo dobry)

81 – 90 punktów oznacza 4+ (dobry plus)

71 – 80 punktów oznacza 4 (dobry)

61 – 70 punktów oznacza 3+ (dostateczny plus)

51 – 60 punktów oznacza 3 (dostateczny)

poniżej 51 punktów oznacza 2 (niedostateczny), przedmiot musi być powtórzony.

KARTA PRZEDMIOTU

Nazwa przedmiotu: Badania jakościowe w procesie projektowym		Formy: warsztaty	Obligatoryjność: obowiązkowy
Kierunek studiów: Grafika reklamowa i multimedia specjalność: -		Poziom studiów: studia pierwszego stopnia	Język wykładowy: polski
Forma studiów: studia stacjonarne (ST) studia niestacjonarne (NST)	Semestr: 3 (ST, NST)	Liczba godzin w planie studiów: studia stacjonarne: 30h studia niestacjonarne: 24h	Nakład pracy: Liczba punktów ECTS: 3 Liczba godzin pracy: 75

Miejsce przedmiotu w programie studiów

Przedmiot „Badania jakościowe w procesie projektowym” jest kontynuacją cyklu przedmiotów kierunkowych dedykowanych metodologii badań, które mają zastosowanie we współczesnym projektowaniu. W poprzednim semestrze na przedmiocie „Badania w procesie projektowym” osoby studiujące zostały wprowadzone w zagadnienie i zapoznały się z metodologią prowadzenia badań ilościowych. Na przedmiocie „Architektura informacji i narzędzia w procesie projektowym” zdobyły również kompetencje z zakresu prowadzenia pełnego procesu projektowego. Ostatni w tym cyklu jest przedmiot „Analiza semiotyczna przekazu wizualnego”. Zdobyte kompetencje badawcze będą niezbędne na „Projektowaniu uniwersalnym 1” i jego kontynuacji oraz w trakcie pracy nad projektem dyplomowym. Dodatkowo wybrane metody i narzędzia będą stosowane w trakcie pracy w ramach wielu przedmiotów projektowych.

Efekty uczenia się

Kod kierunkowego efektu uczenia się	Przedmiotowe efekty uczenia się	Weryfikacja efektów uczenia się
GRM1_W03	Student(-ka) zna i rozumie w stopniu zaawansowanym techniki stosowane w ramach metody jakościowej oraz zasady i ograniczenia stosowania w procesie projektowym jakościowej perspektywy badawczej.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_W06	Student(ka) posiada wiedzę na temat etycznych uwarunkowań realizacji badań jakościowych w projektowaniu ze szczególnym naciskiem na techniki badawcze: wywiad i obserwacja.	Metoda 1 Metoda 2

GRM1_W12	Student(ka) w zaawansowanym stopniu zna i rozumie znaczenie badań jakościowych, które umożliwiają poznanie szerokiego kontekstu społecznego, w którym funkcjonować będzie dzieło będące efektem realizowanego projektu	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_U02	Student(-ka) potrafi przeprowadzić rzetelną i krytyczną analizę danych zastanych oraz danych wywołanych w ramach realizowanego badania jakościowego, a wnioski z analizy adekwatnie wykorzysta w decyzjach projektowych.	Metoda 1
GRM1_U03	Student(-ka) potrafi dobrać i zastosować właściwe techniki badań jakościowych i na podstawie pozyskanych z ich wykorzystaniem wyników i sformułowanych wniosków dostosować założenia realizowanego projektu.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_K01	Student(-ka) jest gotowa do refleksji nad wynikami realizowanych przez siebie badań jakościowych i pozyskanych w ten sposób niereprezentatywnych danych oraz krytycznego ich stosowania podczas dalszych decyzji projektowych.	Metoda 1
GRM1_K08	Student(ka) jest gotów(-owa) do realizacji jakościowego procesu badawczego w sposób zgodny ze standardami etycznymi obowiązującymi w badaniach społecznych, uwzględniając kwestie prywatności i poufności zwłaszcza w kontekście wywiadów i obserwacji osób z grup narażonych na wykluczenie społeczne (osób z niepełnosprawnościami, osób neuroatypowych, osób starszych etc.).	Metoda 1

Opis i treści programowe
warsztaty
<p>Opis:</p> <p>W trakcie zajęć nacisk zostanie położony na nabywanie umiejętności w zakresie stosowania, technik i badań jakościowych, takich jak indywidualny wywiad pogłębiony, obserwacja, spacer badawczy oraz wywiad kontekstowy. Osoby studiujące będą wykonywać zarówno indywidualne, jak i grupowe ćwiczenia, obejmujące m.in. ustalanie kryteriów doboru celowego uczestników badań jakościowych, przygotowanie scenariuszy wywiadów, dyspozycji do obserwacji oraz tworzenie notatek powywiadowych i poobserwacyjnych. Kolejnym krokiem będzie przeprowadzanie ćwiczeniowych wywiadów i obserwacji, a następnie ich analiza i interpretacja.</p> <p>Uczestnicy i uczestniczki kursu poznają również, rzadziej stosowane techniki jakościowe w projektowaniu badawczym, takie jak wywiad biograficzny/narracyjny, zogniskowany wywiad grupowy oraz jakościowa analiza treści. Ponadto, omówione zostaną metody badawcze z pogranicza badań jakościowych, takie jak art-based research, action research oraz autoetnografia, co będzie okazją do refleksji nad rolą badacza i (zarazem) uczestnika badania.</p> <p>Podsumowaniem zajęć będzie realizacja projektu badawczego, w którym studenci wykorzystają przećwiczone techniki jakościowe.</p>
<p>Treści:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Wprowadzenie do grupowej pracy badawczej - dobór zespołów, ustalenie zasad współpracy i podziału zadań, prezentacja założeń projektu

- Przygotowanie kanwy badania: określenie problemu projektowego i problemu badawczego, postawienie kluczowych pytań badawczych, określenie grupy badanych w badaniach jakościowych
- Przeprowadzenie analizy danych zastanych związanych z problemem badawczym (analiza sytuacji/kontekstu, publikacji, raportów, baz danych), jakościowa analiza treści
- Przecwiczenie doboru celowego osób do badań, opracowywanie kryteriów doboru w ramach projektu grupowego
- Dyskusja nad uwarunkowaniami etycznymi badań jakościowych z uwzględnieniem grup wrażliwych i narażonych na wykluczenie społeczne (kwestie związane z rekrutacją do badań, wyzwania związane z realizacją badania, aspekty psychologiczne w kontekście badanych i badaczy)
- Dyskusja nad rolą badacza i badanego na przykładzie badań autoetnograficznych, action research, art-based research
- Sprecyzowanie warunków organizacji i realizacji badania - potencjalne trudności, punkty zapalne
- Przygotowanie narzędzia badawczego (ćwiczenia indywidualne i grupowe) - scenariusze wywiadów, dyspozycje do obserwacji, notatki po realizacji badania, dokumentacja fotograficzna; przygotowanie scenariusza wywiadu i/lub dyspozycji do obserwacji w ramach realizowanego przez osoby studiującego projektu grupowego
- Omówienie i przecwiczenie technik jakościowych: indywidualny wywiad pogłębiony, obserwacja, spacer badawczy, wywiad kontekstowy, wywiad grupowy, wywiad narracyjny; przeprowadzenie badań jakościowych w ramach projektu grupowego
- Analiza danych pochodzących z badań jakościowych: nagrania, transkrypcje, gridy, prezentacja kodowania w programie Maxqda/Atlas.ti (ćwiczenia indywidualne i grupowe); przeprowadzenie analizy danych w ramach projektu grupowego
- Przeprowadzenie interpretacji i wizualizacji wyników (ćwiczenia indywidualne i grupowe); odniesienie się do założeń koncepcyjnych oraz do problemu badawczego i projektowego; zinterpretowanie i wizualizowanie danych pozyskanych w ramach projektu grupowego
- Przygotowanie podsumowania i prezentacji (wraz z rekomendacjami) z badań realizowanych w ramach projektu grupowego
- Publiczne wygłoszenie prezentacji oraz informacja zwrotna od pozostałych uczestników
- Ewaluacja projektu badawczego oraz ocena pracy w grupie

Metody dydaktyczne

Metody dydaktyczne wspierające osiągnięcie efektów uczenia się oraz działające na rzecz równości i równego zaangażowania wszystkich uczestników.

- Podawcze: krótkie prezentacje wprowadzające do realizowanych ćwiczeń
- Angażujące: projekt zespołowy, ćwiczenia indywidualne i zespołowe, dyskusja, prezentacja na forum grupy, burza mózgów
- Inkluzywne: korekty i rozmowy indywidualne, zwrócenie uwagi na specyficzne potrzeby edukacyjne osób studiujących np poprzez możliwość podziału zadań w ramach pracy grupowej

Literatura obowiązkowa:

1. Mościchowska, I., & Rogoś-Turek, B. (2021). *Badania jako podstawa projektowania User Experience*. Warszawa: PWN. [80–97, 113–163, 403–423].
2. Nunnally, B., & Farkas, D. (2018). *Badania UX. Praktyczne techniki projektowania*

bezkonkurencyjnych produktów. Gliwice: Helion. [61–75].

Literatura uzupełniająca:

1. Muratovski, G. (2022). *Research for designers: A guide to methods and practice*. London: Sage Publications. [s. 79–135].
2. Maison, D. (2010). *Jakościowe metody badań marketingowych: Jak zrozumieć konsumenta*. Warszawa: PWN. [s. 53–87, 100–129, 152–164].
3. Angrosino, M. (2020). *Badania etnograficzne i obserwacyjne*. Warszawa: PWN. [s. 44–50, 81–141].
4. Lutostański, M. J., Łebkowska, A., & Protasiuk, M. (2021). *Badania rynku: Jak zrozumieć konsumenta?* Warszawa: PWN. [s. 163–181, 192–234].
5. Jemieliński, D. (red.). (2012). *Badania jakościowe: Podejścia i teoria* (t. 1). Warszawa: PWN. [s. 115–139].
6. Jemieliński, D. (red.). (2012). *Badania jakościowe: Podejścia i teoria* (t. 2). Warszawa: PWN. [s. 91–109].

Weryfikacja efektów uczenia się

	Forma weryfikacji	Warunek zaliczenia
Metoda 1	projekt grupowy - realizacja badania wykonanego zgodnie z metodologią jakościową	– minimalna liczba punktów konieczna do zaliczenia: 26 – maksymalna liczba punktów do zdobycia: 50
Metoda 2	zaliczenie pisemne - rozwiązanie 3 zadań praktycznych	– minimalna liczba punktów konieczna do zaliczenia: 20 – maksymalna liczba punktów do zdobycia: 40
Metoda 3	ocena pracy w grupie	– minimalna liczba punktów konieczna do zaliczenia: 5 – maksymalna liczba punktów do zdobycia: 10

Ocena końcowa

Warunkiem uzyskania oceny pozytywnej z przedmiotu jest zdobycie minimalnej liczby punktów określonej dla każdego zadania. Obecność na zajęciach jest obowiązkowa. Ocena z przedmiotu wystawiana jest na podstawie sumy punktów zgodnie z poniższą skalą i progami:

91 – 100 punktów oznacza 5 (bardzo dobry)

81 – 90 punktów oznacza 4+ (dobry plus)

71 – 80 punktów oznacza 4 (dobry)

61 – 70 punktów oznacza 3+ (dostateczny plus)

51 – 60 punktów oznacza 3 (dostateczny)

poniżej 51 punktów oznacza 2 (niedostateczny), przedmiot musi być powtórzony.

KARTA PRZEDMIOTU

Nazwa przedmiotu: Reklama i branding		Formy: konwersatorium	Obligatoryjność: obowiązkowy
Kierunek studiów: Grafika reklamowa i multimedia specjalność: -		Poziom studiów: studia pierwszego stopnia	Język wykładowy: polski
Forma studiów: studia stacjonarne (ST) studia niestacjonarne (NST)	Semestr: 3 (ST, NST)	Liczba godzin w planie studiów: studia stacjonarne: 60h studia niestacjonarne: 36h	Nakład pracy: Liczba punktów ECTS: 4 Liczba godzin pracy: 100

Składowe przedmiotu

1. Reklama w mediach tradycyjnych i społecznościowych (konwersatorium) - forma stacjonarna - 30h; forma niestacjonarna -18h
2. Podstawy zarządzania marką (konwersatorium) - forma stacjonarna - 30h; forma niestacjonarna - 18h

Miejsce przedmiotu w programie studiów

Przedmiot „Reklama i branding” wprowadza osoby studiujące w kontekst związany z zastosowaniem kompetencji projektowych i komunikacyjnych w obszarze promocji i identyfikacji marek. Wiedza i umiejętności dotyczące planowania i realizacji kampanii reklamowych w różnych mediach oraz procesów związanych z tworzeniem i rozwojem marki są kluczowe na rynku pracy, a w toku studiów są wykorzystywane na przedmiotach specjalnościowych, jak np. „Projektowanie przekazu reklamowego”, „Systemy identyfikacji wizualnej”, „Multimedialny przekaz reklamowy”, czy „UX – warsztaty projektowe”, a także podczas pracy nad projektem dyplomowym.

Efekty uczenia się

Kod kierunkowego efektu uczenia się	Przedmiotowe efekty uczenia się	Weryfikacja efektów uczenia się
GRM1_W01	Student(ka) zna w zaawansowanym stopniu różne strategie i narzędzia projektowe stosowane w reklamie drukowanej i cyfrowej i rozumie ich oddziaływanie na odbiorców w mediach (analogowych i cyfrowych), w kontekście wiedzy z zakresu sztuk plastycznych i konserwacji dzieł sztuki oraz nauk o komunikacji społecznej i mediach.	Metoda 1

GRM1_W12	Student(ka) w stopniu zaawansowanym zna szeroki kontekst społeczny, rynkowy i polityczny funkcjonowania projektów reklamowych i brandingowych, rozumie ich wpływ na rynek oraz społeczeństwo, z uwzględnieniem teorii dizajnu i komunikacji medialnej.	Metoda 1
GRM1_U04	Student(ka) potrafi wykorzystać zaawansowane techniki informacyjno-komunikacyjne oraz wiedzę z zakresu nauk o komunikacji społecznej i mediach do analizy i oceny kampanii reklamowych i brandingowych oraz interakcji z odbiorcami mediów tradycyjnych i cyfrowych.	Metoda 2
GRM1_U11	Student(ka) umie brać udział w dyskusjach dotyczących projektów reklamowych i brandingowych, przedstawiając logiczne argumenty oparte na wiedzy z dziedziny sztuk plastycznych i konserwacji dzieł sztuki.	Metoda 2
GRM1_K07	Student(ka) jest gotów(-wa) do tworzenia społecznie odpowiedzialnych, przystępnych i zrozumiałych form komunikacji wizualnej w projektach reklamowych i brandingowych, uwzględniając potrzeby różnych grup odbiorców.	Metoda 2
GRM1_K08	Student(ka) jest gotów(-owa) do analizy wpływu projektów reklamowych i brandingowych na środowisko społeczne i przyrodnicze, dokonując samooceny etycznych aspektów swojej pracy w kontekście projektowania grafiki użytkowej i multimedialnych.	Metoda 1

Opis i treści programowe

konwersatorium - Reklama w mediach tradycyjnych i społecznościowych

Opis:

Podczas zajęć studenci i studentki zapoznają się z różnorodnymi strategiami reklamowymi, poznają narzędzia stosowane przy projektowaniu zarówno w mediach tradycyjnych (telewizja, radio, prasa, outdoor), jak i w mediach cyfrowych (social media, reklama wideo, kampanie online). Zajęcia łączą teorię z praktyką, umożliwiając studentom i studentkom rozwijanie umiejętności kreatywnych, strategicznego myślenia i analizy rynku. Studenci będą realizować projekty, które odzwierciedlają rzeczywiste procesy pracy nad kampaniami reklamowymi oraz rozwijaniem marki.

Treści:

Wprowadzenie do reklamy:

- Historia i rozwój reklamy
- Rola reklamy w komunikacji marketingowej

Reklama w mediach tradycyjnych:

- Telewizja, radio, prasa, outdoor
- Koszty, planowanie i realizacja kampanii
- Tworzenie skutecznych komunikatów reklamowych

Reklama w mediach społecznościowych:

- Wykorzystanie platform: Facebook, Instagram, Twitter, TikTok, LinkedIn
- Algorytmy mediów społecznościowych i targetowanie reklam
- Kreowanie zaangażowania odbiorców w social media

Reklama cyfrowa:

- Reklama w wyszukiwarkach (Google Ads)
- Reklama wideo (YouTube, TikTok, Instagram)
- Zastosowanie analityki i optymalizacji kampanii online

Psychologia reklamy:

- Wpływ emocji i perswazji w kreowaniu komunikatów
- Rola storytellingu i call to action
- Budowanie więzi z odbiorcami

Metody dydaktyczne

Metody dydaktyczne wspierające osiągnięcie efektów uczenia się oraz działające na rzecz równości i równego zaangażowania wszystkich uczestników.

- Podawcze: prezentacje multimedialne, wykłady tematyczne
- Angażujące: dyskusje grupowe, analiza przypadku
- Inkluzywne: indywidualne konsultacje

Literatura obowiązkowa:

1. Cialdini, R. B. (2008). *Wywieranie wpływu na ludzi: Teoria i praktyka*. Gdańsk: Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne.
2. Ledwoń, A. (2020). *Zbuduj przyszłość swojej marki*. Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego.
3. Pańczyk, M. (2020). *Podstawy reklamy. Część 1*. Poznań: Wydawnictwo eMPI2.
4. Pańczyk, M. (2020). *Podstawy reklamy. Część 2*. Poznań: Wydawnictwo eMPI2.

Literatura uzupełniająca:

1. Oruba, N. (2022). *Strategia komunikacji w social mediach*. Gliwice: Onepress.

konwersatorium - Podstawy zarządzania marką**Opis:**

Kurs "Podstawy zarządzania marką" koncentruje się na zapoznaniu studentów z procesem budowania, zarządzania i utrzymywania marki w dynamicznym środowisku rynkowym. Studenci zdobywają wiedzę na temat kluczowych elementów marki, takich jak tożsamość wizualna, wartości marki, a także strategii komunikacji i pozycjonowania. Zajęcia obejmują także zagadnienia związane z identyfikacją grup docelowych, analizą konkurencji oraz kreowaniem unikalnej propozycji wartości marki (USP). Celem zajęć jest rozwinięcie umiejętności tworzenia skutecznej strategii brandingowej i zastosowanie narzędzi marketingowych do zarządzania marką w praktyce.

Treści:**Podstawy brandingu:**

- Definicja marki, tożsamość marki
- Elementy składowe marki (nazwa, logo, hasło, kolory)
- Branding a wizerunek rynkowy

Strategia marki:

- Tworzenie strategii komunikacyjnej marki
- Zasady pozycjonowania marki na rynku
- Wprowadzanie produktu na rynek
- Badania grup docelowych i segmentacja klientów

- Identyfikacja wizualna marki
- Identyfikacja wizualna produktu

Zarządzanie marką w praktyce:

- Rebranding i rozwój marki
- Współpraca z influencerami i partnerami medialnymi
- Etyka i odpowiedzialność społeczna w zarządzaniu marką
- Analiza konkurencji i przewaga konkurencyjna:

Badania rynkowe i analiza konkurencji

- Tworzenie unikalnych wartości marki (USP)
- Monitoring i ewaluacja strategii marki

Metody dydaktyczne

Metody dydaktyczne wspierające osiągnięcie efektów uczenia się oraz działające na rzecz równości i równego zaangażowania wszystkich uczestników.

- Podawcze: prezentacje multimedialne, wykłady tematyczne
- Angażujące: dyskusje grupowe, analiza przypadku
- Inkluzywne: indywidualne konsultacje

Literatura obowiązkowa:

1. Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2022). *Marketing 5.0. Technologie Next Tech*. Warszawa: MT Biznes.
2. Golik-Górecka, G. (2022). *Strategie marketingowe w polskich firmach na rynkach realnych i wirtualnych*. Łódź: Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego.
3. Kuang, C., & Fabricant, R. (2022). *User Friendly. Jak niewidoczne zasady projektowania zmieniają nasze życie, pracę i rozrywkę*. Kraków: Karakter.

Literatura uzupełniająca:

1. Sroka, K. (2023). *Marketing i analityka biznesowa dla początkujących*. Gliwice: Wydawnictwo Helion.
2. Jaworska, M. (2020). *Testy przygotowujące do egzaminu z kwalifikacji A.27: Organizacja i prowadzenie kampanii reklamowej*. Poznań: Wydawnictwo eMPI2.

Weryfikacja efektów uczenia się

	Forma weryfikacji	Warunek zaliczenia
Metoda 1	Egzamin pisemny: pytania otwarte oraz zamknięte	<ul style="list-style-type: none"> – minimalna liczba punktów konieczna do zaliczenia: 25 – maksymalna liczba punktów do zdobycia: 50
Metoda 2	Prezentacja multimedialna z dyskusją po prezentacji analizująca istniejącą kampanię reklamową	<ul style="list-style-type: none"> – minimalna liczba punktów konieczna do zaliczenia: 26 – maksymalna liczba punktów do zdobycia: 50

Ocena końcowa

Warunkiem uzyskania oceny pozytywnej z przedmiotu jest zdobycie minimalnej liczby punktów określonej dla każdego zadania. Obecność na zajęciach jest obowiązkowa. Ocena z przedmiotu wystawiana jest na podstawie sumy punktów zgodnie z poniższą skalą i progami:

91 – 100 punktów oznacza 5 (bardzo dobry)

81 – 90 punktów oznacza 4+ (dobry plus)

71 – 80 punktów oznacza 4 (dobry)

61 – 70 punktów oznacza 3+ (dostateczny plus)

51 – 60 punktów oznacza 3 (dostateczny)

poniżej 51 punktów oznacza 2 (niedostateczny), przedmiot musi być powtórzony.

specjalność: Projektowanie graficzne

KARTA PRZEDMIOTU			
Nazwa przedmiotu: Struktury wizualne		Formy: warsztaty	Obligatoryjność: specjalnościowy
Kierunek studiów: Grafika reklamowa i multimedia specjalność: Projektowanie graficzne		Poziom studiów: studia pierwszego stopnia	Język wykładowy: polski
Forma studiów: studia stacjonarne (ST) studia niestacjonarne (NST)	Semestr: 3 (ST, NST)	Liczba godzin w planie studiów: studia stacjonarne: 30h studia niestacjonarne: 24h	Nakład pracy: Liczba punktów ECTS: 2 Liczba godzin pracy: 50

Miejsce przedmiotu w programie studiów

Przedmiot „Struktury wizualne” na specjalności Projektowanie graficzne bazuje na kompetencjach zdobytych przez osoby studiujące na przedmiotach „Rysunek i kompozycja 1” oraz „Rysunek i kompozycja 2”. Umiejętności z zakresu warsztatu artystycznego, które rozwija, będą następnie wykorzystywane w pracy projektowej na innych przedmiotach, w tym podczas pracy nad dyplomem.

Efekty uczenia się

Kod kierunkowego efektu uczenia się	Przedmiotowe efekty uczenia się	Weryfikacja efektów uczenia się
GRM1_W04	Student(-ka) zna w zaawansowanym stopniu zasady postępowania się różnorodnymi technikami i materiałami podczas tworzenia komunikatów z wykorzystaniem struktur wizualnych.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_U06	Student(-ka) potrafi wykorzystywać własną ekspresję artystyczną oraz swoje koncepcje projektowe i posiadane umiejętności w praktycznych projektach z zakresu komunikacji wizualnej.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_U07	Student(-ka) potrafi świadomie wybierać narzędzia artystyczne i technologiczne, w tym szczególnie dotyczące kompozycji, koloru, dźwięku czy światła, odpowiednie do specyfiki projektu z zakresu kompozycji i narracji wizualnej.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_K03	Student(-ka) jest gotów(-owa) do celowego i świadomego korzystania z własnej wyobraźni, intuicji, emocjonalności i zdolności do twórczego myślenia w trakcie pracy twórczej, aby dostosować projektowane struktury wizualne do oczekiwań odbiorców i zmiennych warunków odbioru.	Metoda 1 Metoda 2

Opis i treści programowe

warsztaty

Opis:

Warsztaty mają na celu rozwijanie wszechstronnych umiejętności projektowych i artystycznych osób studiujących, z uwzględnieniem zarówno tradycyjnych, jak i nowoczesnych technologii. Obejmują różnorodne aspekty tworzenia wizualnych narracji (zarówno w dwu- jak i trójwymiarze) i angażują studentów w praktyczne projekty, które rozwijają ich kreatywność, warsztatowe umiejętności oraz kompetencje przydatne w pracy indywidualnej oraz zespołowej.

Treści:

- planowanie kompozycji przestrzennej jako głównego elementu struktury wizualnej,
- ćwiczenia oparte na kolażu i wskazujące materiał i strukturę,
- ćwiczenia w zakresie iluzji i perspektywy oparte na anamorfozie,
- ćwiczenia w zakresie oddziaływania koloru i kole barw,
- ćwiczenia oparte na oddziaływaniu światła,
- ćwiczenia dotyczące struktury dźwięku,
- forma w dwu- i trójwymiarze,
- Ćwiczenia praktyczne, takie jak:
 - Projekt przestrzenny obiektu, który przyciąga uwagę i efektywnie komunikuje ofertę wybranej/ fikcyjnej firmy lub instytucji kultury.

Metody dydaktyczne

Metody dydaktyczne wspierające osiągnięcie efektów uczenia się oraz działające na rzecz równości i równego zaangażowania wszystkich uczestników.

- Podawcze: prezentacje multimedialne,
- Angażujące: dyskusja, projektowanie problemowe, analiza problemu projektowego, konsultacje, wystawa
- Inkluzywne: korekty indywidualne,

Literatura obowiązkowa:

1. Strzebiński, W. (2016). *Teoria widzenia*. Łódź: Muzeum Sztuki w Łodzi.
2. Arnheim, R. (2022). *Sztuka i percepcja wzrokowa*. Łódź: Oficyna.
3. Munari, B. (2016). *Dizajn i sztuka*. Kraków: d2d.
4. Elam, K. (2011). *Wprowadzenie do projektowania przestrzennego: zasady, procesy i projekty*. Kraków: d2d.

Literatura uzupełniająca:

1. Arnheim, R. (2012). *Myślenie wzrokowe*. Gdańsk: słowo/obraz terytoria.
2. Tatarkiewicz, W. (2015). *Historia estetyki*. Warszawa: PWN.
3. Itten, J. (2015). *Sztuka barwy*. Kraków: d2d.

Weryfikacja efektów uczenia się		
	Forma weryfikacji	Warunek zaliczenia
Metoda 1	zadania praktyczne z kompozycji struktur wizualnych	<ul style="list-style-type: none"> – minimalna liczba punktów konieczna do zaliczenia: 31 – maksymalna liczba punktów do zdobycia: 60
Metoda 2	przeгляд zestawu zadań praktycznych z udziałem studenta(-ki) i omówieniem przez niego (nią) wykonanych prac	<ul style="list-style-type: none"> – minimalna liczba punktów konieczna do zaliczenia: 20 – maksymalna liczba punktów do zdobycia: 40

Ocena końcowa
<p>Warunkiem uzyskania oceny pozytywnej z przedmiotu jest zdobycie minimalnej liczby punktów określonej dla każdego zadania. Obecność na zajęciach jest obowiązkowa. Ocena z przedmiotu wystawiana jest na podstawie sumy punktów zgodnie z poniższą skalą i progami:</p> <p>91 – 100 punktów oznacza 5 (bardzo dobry) 81 – 90 punktów oznacza 4+ (dobry plus) 71 – 80 punktów oznacza 4 (dobry) 61 – 70 punktów oznacza 3+ (dostateczny plus) 51 – 60 punktów oznacza 3 (dostateczny) poniżej 51 punktów oznacza 2 (niedostateczny), przedmiot musi być powtórzony.</p>

KARTA PRZEDMIOTU

Nazwa przedmiotu: Systemy identyfikacji wizualnej		Formy: warsztaty	Obligatoryjność: specjalnościowy
Kierunek studiów: Grafika reklamowa i multimedia specjalność: Projektowanie graficzne		Poziom studiów: studia pierwszego stopnia	Język wykładowy: polski
Forma studiów: studia stacjonarne (ST) studia niestacjonarne (NST)	Semestr: 3 (ST, NST)	Liczba godzin w planie studiów: studia stacjonarne: 30h studia niestacjonarne: 24h	Nakład pracy: Liczba punktów ECTS: 2 Liczba godzin pracy: 50

Miejsce przedmiotu w programie studiów

Przedmiot „Systemy identyfikacji wizualnej” należy do grupy przedmiotów poświęconych najbardziej typowym realizacjom w zawodzie projektanta grafiki użytkowej. Wykorzystuje umiejętności warsztatowe i narzędziowe zdobyte na przedmiotach „Typografia” i „Projektowanie grafiki wektorowej” oraz na dwuczęściowych cyklach „Projektowanie grafiki rastrowej” i „Komunikacja wizualna”. Przedmiot jest komplementarny dla cykli „Projektowanie opakowań”, „Grafika informacyjna”, „Techniki edytorskie” i „Projektowanie przekazu reklamowego”. Zdobyte kompetencje będą następnie wykorzystywane na przedmiotach „Projektowanie graficzne – warsztaty projektowe” 1 i 2 oraz – w zależności od wyboru osoby studiującej – podczas pracy nad projektem dyplomowym.

Efekty uczenia się

Kod kierunkowego efektu uczenia się	Przedmiotowe efekty uczenia się	Weryfikacja efektów uczenia się
GRM1_W03	Student(-ka) w zaawansowanym stopniu zna i rozumie kolejne etapy procesu opracowywania logo, księgi znaku oraz wybranych wynikających z nich elementów systemu identyfikacji wizualnej.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_W11	Student(-ka) w zaawansowanym stopniu zna i rozumie wpływ aktualnych rozwiązań technologicznych na metody opracowywania, aplikacji, ekspozycji elementów identyfikacji wizualnej.	Metoda 1
GRM1_U02	Student(-ka) potrafi dokonać selekcji, analizy i krytycznej oceny informacji pozyskanych od klienta na potrzeby realizacji systemu identyfikacji wizualnej.	Metoda 1

GRM1_U05	Student(-ka) potrafi formułować problemy projektowe i generować ich rozwiązania w postaci określonych elementów systemu identyfikacji wizualnej o potencjale wdrożeniowym dla małych lub średnich firmy czy instytucji.	Metoda 1
GRM1_U06	Student(ka) potrafi zaproponować zróżnicowane projekty identyfikacji wizualnej w oparciu o własne koncepcje projektowe i posiadane umiejętności artystyczne.	Metoda 1
GRM1_U08	Student(-ka) potrafi za pomocą wyobraźni, intuicji i emocjonalności zaproponować różnorodne i nawiązujące do odmiennych stylistyk rozwiązania problemu projektowego z zakresu identyfikacji wizualnej kreujące oczekiwany przez klienta wizerunek.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_U13	Student(-ka) potrafi w jasny i zrozumiały sposób zaprezentować publicznie opracowany przez siebie system identyfikacji wizualnej z wszystkimi opracowanymi elementami.	Metoda 2
GRM1_K01	Student(-ka) jest gotów(-owa) do świadomej oraz krytycznej oceny pozyskanych informacji pochodzących od użytkownika i na tej podstawie dokonywania świadomych wyborów projektowych w procesie projektowania systemu identyfikacji wizualnej.	Metoda 1
GRM1_K11	Student(-ka) jest gotów(-owa) do samodzielnej realizacji projektów różnorodnych elementów systemu identyfikacji wizualnej w tym logotypu, i księgi znaku w oparciu o poprawnie przeprowadzony proces projektowy.	Metoda 1

Opis i treści programowe
warsztaty
<p>Opis:</p> <p>Celem kursu jest przybliżenie studentom i studentkom zasad projektowania systemowego, opracowywania wieloelementowych zestawów spójnych rozwiązań graficznej identyfikacji wizualnej firm, instytucji czy produktu. Studenci i studentki zapoznają się z metodami tworzenia spójnego języka graficznego, wykorzystywania go do projektowania różnorodnych materiałów promocyjnych. Zajęcia obejmują także prezentację i dyskusję o historycznych, uznanych za udane przykładach identyfikacji wizualnej. Na jej podstawie studenci nabierają umiejętności analitycznych, doboru odpowiedniej konwencji projektowej do zadania i zakresu całego systemu.</p>
<p>Treści:</p> <p>Znak:</p> <ul style="list-style-type: none"> – prezentacja przykładowych ksiąg znaków – wybrane rodzaje znaków identyfikujących – opracowywanie konstrukcji znaku – opracowanie/określenie kolorystyki – dobór typografii – opracowanie zasad aplikacji znaku (wersje barwne, pole ochronne, pole znaku, wielkość minimalna)

- określenie wersji niedozwolonych znaku

Elementy systemu:

- projekt wybranych elementów identyfikacji wizualnej prezentujących zasady wykorzystania znaku odzwierciedlających lokalne tradycje, symbole i wartości z uwzględnieniem ograniczeń wynikających z konkretnej lokalizacji, wymogów prawnych, a także potrzeb osób starszych czy słabo widzących.
- przykłady niestandardowych elementów systemu identyfikacji wizualnej

Metody dydaktyczne

Metody dydaktyczne wspierające osiągnięcie efektów uczenia się oraz działające na rzecz równości i równego zaangażowania wszystkich uczestników. Przedmiot opiera się na analizie przykładów historycznych znaków identyfikujących, wyciąganiu wniosków projektowych przez studentów poznających proces projektowania oraz poszczególne części składowe Księgi znaku oraz metody ich realizacji. Studenci opracowują znaki identyfikujące i opisujące je Podstawowe księgi znaku

- Podawcze: prezentacje wprowadzające do tematu,
- Angażujące: ćwiczenia projektowe, dyskusje na forum grupy w celu analizy i weryfikacji założeń i rozwiązań projektowych, prezentacje własnych projektów w celu rozwijania umiejętności argumentacji
- Inkluzywne: Konsultacje indywidualne projektów

Literatura obowiązkowa:

1. Frutiger, A. (2015). *Człowiek i jego znaki*. Kraków: d2d.pl.
2. Olins, W. (2009). *Podręcznik branding*, Warszawa: Instytut Marki Polskiej.

Literatura uzupełniająca:

1. Hardziej, P. (2016). *Ogólnopolskie Wystawy Znaków Graficznych*. Kraków: Karakter.
2. Gonzales-Miranda, E. (2016). *Projektowanie ikon i piktogramów*. Kraków: d2d.
3. Gerheimer, J. (2013). *Ponadczasowe logo: projektowanie znaków odpornych na działanie czasu*. Gliwice: Helion.
4. Bokhua, G. (2022). *Principles of Logo Design: A practical guide to creating effective signs, symbols, and icons*. Beverly: Rockport Publishers Inc.
5. Müller, J., Wiedemann, J. (2015). *Logo Modernism*. Kolonia: Taschen.
6. Chmielewski, Z., Tworzydło, D., & Rychter, K. J. (2012). *Tożsamość wizualna: Znak, system, wizerunek*. Rzeszów: Newslina.
7. Kolesar, Z., Mrowczyk, J. (2018). *Historia projektowania graficznego* Kraków: Karakter.

Weryfikacja efektów uczenia się

	Forma weryfikacji	Warunek zaliczenia
Metoda 1	zadanie praktyczne (księga znaku)	<ul style="list-style-type: none"> – minimalna liczba punktów konieczna do zaliczenia: 36 – maksymalna liczba punktów do zdobycia: 70
Metoda 2	przegląd zestawu zadań praktycznych z udziałem studenta(-ki)	<ul style="list-style-type: none"> – minimalna liczba punktów konieczna do zaliczenia: 15 – maksymalna liczba punktów do zdobycia: 30

Ocena końcowa

Warunkiem uzyskania oceny pozytywnej z przedmiotu jest zdobycie minimalnej liczby punktów określonej dla każdego zadania. Obecność na zajęciach jest obowiązkowa. Ocena z przedmiotu wystawiana jest na podstawie sumy punktów zgodnie z poniższą skalą i progami:

91 – 100 punktów oznacza 5 (bardzo dobry)

81 – 90 punktów oznacza 4+ (dobry plus)

71 – 80 punktów oznacza 4 (dobry)

61 – 70 punktów oznacza 3+ (dostateczny plus)

51 – 60 punktów oznacza 3 (dostateczny)

poniżej 51 punktów oznacza 2 (niedostateczny), przedmiot musi być powtórzony.

KARTA PRZEDMIOTU

Nazwa przedmiotu: Projektowanie opakowań 1		Formy: warsztaty	Obligatoryjność: specjalnościowy
Kierunek studiów: Grafika reklamowa i multimedia specjalność: Projektowanie graficzne		Poziom studiów: studia pierwszego stopnia	Język wykładowy: polski
Forma studiów: studia stacjonarne (ST) studia niestacjonarne (NST)	Semestr: 3 (ST, NST)	Liczba godzin w planie studiów: studia stacjonarne: 30h studia niestacjonarne: 24h	Nakład pracy: Liczba punktów ECTS: 2 Liczba godzin pracy: 50

Miejsce przedmiotu w programie studiów

Przedmiot „Projektowanie opakowań 1” należy do grupy przedmiotów poświęconych najbardziej typowym realizacjom w zawodzie projektanta grafiki użytkowej. Wykorzystuje umiejętności warsztatowe i narzędziowe zdobyte na przedmiotach „Typografia” i „Projektowanie grafiki wektorowej” oraz na dwuczęściowych cyklach „Projektowanie grafiki rastrowej” i „Komunikacja wizualna”. Przedmiot jest komplementarny dla cykli „Grafika informacyjna”, „Techniki edytorskie” i „Projektowanie przekazu reklamowego” oraz dla przedmiotu „Systemy identyfikacji wizualnej. Zdobyte kompetencje będą następnie wykorzystywane i pogłębiane w ramach przedmiotu „Projektowanie opakowań 2” oraz – w zależności od wyboru osoby studiującej – podczas pracy nad projektem dyplomowym.

Efekty uczenia się

Kod kierunkowego efektu uczenia się	Przedmiotowe efekty uczenia się	Weryfikacja efektów uczenia się
GRM1_W02	Student(ka) zna i rozumie w stopniu zaawansowanym rolę projektowania uniwersalnego w projektowaniu opakowań, które uwzględniają odbiorców ze szczególnymi potrzebami, wynikającymi z cech zewnętrznych lub wewnętrznych, stanowiących źródło dodatkowych barier w użytkowaniu opakowań. Rozumie znaczenie czytelności informacji o produkcie oraz konieczność stosowania zróżnicowanych form i materiałów opakowań, dostosowanych do potrzeb tych osób.	Metoda 1 Metoda 2

GRM1_W03	Student(ka) zna i rozumie w zaawansowanym stopniu zasady oraz przebieg procesu projektowania opakowań, a także rolę jaką w nim odgrywa dotarcie do wiarygodnych wyników badań dotyczących wyborów konsumentów.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_U04	Student(ka) potrafi wykorzystać wiedzę z zakresu komunikacji społecznej do komunikowania się z przedstawicielami docelowych grup użytkowników opakowań, również ze specjalnymi potrzebami, stosując przy tym adekwatne i dostosowane do nich techniki komunikacyjne.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_U13	Student(ka) potrafi przygotować na potrzeby publicznej prezentacji ilustracyjną dokumentację pracy nad projektami, która precyzyjnie przedstawia cały proces projektowy opakowania wraz z opisem objaśniającym kolejne etapy.	Metoda 2
GRM1_K07	Student(ka) jest gotów(-owa) do tworzenia projektów opakowań, które w warstwie graficznej i formie przestrzennej, będą odpowiadać na zróżnicowane i szczególne potrzeby odbiorców, z uwzględnieniem zwłaszcza czytelności i jasności przekazu.	Metoda 1

Opis i treści programowe
warsztaty
<p>Opis: Przedmiot <i>Projektowanie opakowań 1</i> koncentruje się na kształtowaniu umiejętności projektowych z uwzględnieniem aspektów ekologicznych, społecznych i ekonomicznych. Celem przedmiotu jest przekazanie wiedzy oraz rozwijanie kompetencji w zakresie tworzenia opakowań, które nie tylko spełniają funkcje użytkowe, ale także minimalizują negatywny wpływ na środowisko i są odpowiedzialne społecznie. Przedmiot przygotowuje osoby studiujące do podejmowania świadomych decyzji projektowych, które uwzględniają zrównoważony rozwój i etykę w procesie projektowania.</p>
<p>Treści: Kontekst: – ekologiczne, społeczne i ekonomiczne aspekty opakowań, – zrównoważony rozwój i etyka procesu projektowego, Warsztat: – kompozycja elementów graficznych na opakowaniu, – typografia, układ litericzny nazwy produktu i jego cech, – znak graficzny, obowiązkowe znaki umieszczane przez producenta na opakowaniu, – zgodność formy i materiałów opakowania z zawartością, – testowanie projektów pod kątem doboru formy, materiału i technologii</p>

Metody dydaktyczne

Metody dydaktyczne wspierające osiągnięcie efektów uczenia się oraz działające na rzecz równości i równego zaangażowania wszystkich uczestników. Metody dydaktyczne wspierające osiągnięcie efektów uczenia się oraz działające na rzecz równości i równego zaangażowania wszystkich uczestników. Przedmiot opiera się na połączeniu prezentacji teoretycznych z ćwiczeniami praktycznymi oraz warsztatami, podczas których studenci analizują rzeczywiste przypadki projektowe. Metody kształcenia obejmują także pracę projektową, w której studenci tworzą opakowania spełniające zasady zrównoważonego rozwoju, oraz dyskusje grupowe i studia przypadków.

- Podawcze: prezentacje,
- Angażujące: ćwiczenia projektowe, warsztaty kreatywne, dyskusje grupowe i brainstorming w celu rozwijania umiejętności krytycznego myślenia.
- Inkluzywne: Konsultacje indywidualne z prowadzącymi w celu wsparcia realizacji projektów.

Literatura obowiązkowa:

1. Calver, G. (2014). *Czym jest projektowanie opakowań?*. Warszawa: ABE Dom Wydawniczy.

Literatura uzupełniająca:

1. Żakowska, H. (2010). *Opakowania a środowisko: Wymagania, standardy, projektowanie, znakowanie*. Warszawa: PWN.

Weryfikacja efektów uczenia się

	Forma weryfikacji	Warunek zaliczenia
Metoda 1	projekt elementów graficznych na gotowych, fabrycznych pudełkach, estetyka wykonania, wartość narracyjna	<ul style="list-style-type: none">– minimalna liczba punktów konieczna do zaliczenia: 31– maksymalna liczba punktów do zdobycia: 60
Metoda 2	prezentacja przygotowana w formie PDF prezentująca proces pracy oraz jej fotograficzną dokumentację	<ul style="list-style-type: none">– minimalna liczba punktów konieczna do zaliczenia: 20– maksymalna liczba punktów do zdobycia: 40

Ocena końcowa

Warunkiem uzyskania oceny pozytywnej z przedmiotu jest zdobycie minimalnej liczby punktów określonej dla każdego zadania. Obecność na zajęciach jest obowiązkowa. Ocena z przedmiotu wystawiana jest na podstawie sumy punktów zgodnie z poniższą skalą i progami:

91 – 100 punktów oznacza 5 (bardzo dobry)

81 – 90 punktów oznacza 4+ (dobry plus)

71 – 80 punktów oznacza 4 (dobry)

61 – 70 punktów oznacza 3+ (dostateczny plus)

51 – 60 punktów oznacza 3 (dostateczny)

poniżej 51 punktów oznacza 2 (niedostateczny), przedmiot musi być powtórzony.

KARTA PRZEDMIOTU

Nazwa przedmiotu: Grafika informacyjna 1		Formy: warsztaty	Obligatoryjność: specjalnościowy
Kierunek studiów: Grafika reklamowa i multimedia specjalność: Projektowanie graficzne		Poziom studiów: studia pierwszego stopnia	Język wykładowy: polski
Forma studiów: studia stacjonarne (ST) studia niestacjonarne (NST)	Semestr: 3 (ST, NST)	Liczba godzin w planie studiów: studia stacjonarne: 30h studia niestacjonarne: 24h	Nakład pracy: Liczba punktów ECTS: 2 Liczba godzin pracy: 50

Miejsce przedmiotu w programie studiów

Przedmiot „Grafika informacyjna 1” należy do grupy przedmiotów poświęconych najbardziej typowym realizacjom w zawodzie projektanta grafiki użytkowej – w tym wypadku są to wizualizacje danych liczbowych. Przedmiot wykorzystuje umiejętności warsztatowe i narzędziowe zdobyte na przedmiotach „Typografia”, „Projektowanie grafiki wektorowej” oraz „Komunikacja wizualna” 1 i 2. Przedmiot jest komplementarny dla cykli „Techniki edytorskie”, „Projektowanie opakowań” i „Projektowanie przekazu reklamowego” oraz dla przedmiotu „Systemy identyfikacji wizualnej”. Zdobyte kompetencje będą wykorzystane na przedmiotach „Projektowanie graficzne – warsztaty projektowe” 1 i 2 oraz podczas pracy nad pracą dyplomową. Mogą też być wykorzystane podczas pracy nad projektem dyplomowym (w zależności od wyboru tematu przez osobę studiującą).

Efekty uczenia się

Kod kierunkowego efektu uczenia się	Przedmiotowe efekty uczenia się	Weryfikacja efektów uczenia się
GRM1_W01	Student(-ka) zna w zaawansowanym stopniu zasady tworzenia oraz zasady oddziaływania wizualizacji danych liczbowych na odbiorców.	Metoda 1 Metoda 2 Metoda 3 Metoda 4
GRM1_W06	Student(-ka) zna i rozumie zakres odpowiedzialności projektanta wizualizacji danych liczbowych za kształtowanie opinii odbiorców.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_U02	Student(-ka) potrafi dokonać selekcji, analizy i krytycznej oceny informacji pozyskanych na potrzeby realizacji wizualizacji danych liczbowych.	Metoda 1 Metoda 2 Metoda 3 Metoda 4

GRM1_U05	Student(-ka) potrafi sformułować problem projektowy w oparciu o wiedzę na temat możliwości percepcyjnych odbiorcy i na tej podstawie stworzyć skuteczną grafikę informacyjno-perswazyjną zawierającą wizualizację danych liczbowych.	Metoda 4
GRM1_U11	Student(-ka) potrafi, używając przy tym logicznych argumentów, brać udział w dyskusji na temat oddziaływania projektów z zakresu wizualizacji danych liczbowych w oparciu o wiedzę o percepcji odbiorców w różnym wieku i posiadających zróżnicowane kompetencje w zakresie odczytywania wykresów.	Metoda 2 Metoda 3 Metoda 4
GRM1_K01	Student(-ka) jest gotów(-owa) do krytycznej oceny informacji pozyskanych na potrzeby wizualizacji danych liczbowych, a na tej podstawie dokonywania świadomych wyborów projektowych.	Metoda 2 Metoda 4
GRM1_K07	Student(-ka) jest gotów(-owa) do tworzenia społecznie odpowiedzialnych wizualizacji danych liczbowych w zrozumiałej i dostosowanej dla odbiorcy formie.	Metoda 2 Metoda 4

Opis i treści programowe
warsztaty
<p>Opis: Głównym celem przedmiotu jest wykształcenie u osób studiujących umiejętności postępowania się różnego typu wykresami w zakresie ich doboru do charakteru przedstawianych danych oraz efektywności w przekazywaniu informacji. Poprawne postępowanie się różnymi formami wizualizacji danych liczbowych jest niezbędne w codziennej pracy projektanta grafiki użytkowej, ale umiejętność odczytania manipulacji i błędów, które występują w wykresach obecnych współcześnie w mediach, jest ważne dla każdej osoby. Celem przedmiotu jest więc również trenowanie krytycznego myślenia w zakresie odbioru wizualizacji danych liczbowych oraz refleksja nad własną twórczością w tym zakresie.</p>
<p>Treści: Wprowadzenie do projektowania informacji:</p> <ul style="list-style-type: none"> – rodzaje informacji wizualnych – społeczne i polityczne oddziaływanie informacji – rys historyczny projektowania informacji – różne możliwości percepcyjne odbiorców – wyniki badań z użyciem <i>eye tracking</i> <p>Wizualizacje danych liczbowych:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Omówienie standardowych typów wykresów oraz ich zastosowania w różnych kontekstach. – Analiza oddziaływania wizualizacji danych na współczesnych i historycznych przykładach. – Tworzenie wykresów z uwzględnieniem różnych możliwości percepcji wizualnej odbiorców. – Manipulacja za pomocą danych liczbowych we współczesnych mediach. – Krytyczna analiza aktualnych medialnych publikacji zawierających wizualizacje danych. <p>Tworzenie prezentacji danych:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Popularne narzędzia do tworzenia wykresów oraz możliwości pakietu Adobe. – Ćwiczenia indywidualne z zakresu doboru formy wizualizacji do charakteru danych oraz do potrzeb odbiorcy.

- Zespołowe tworzenie spójnych serii grafik informacyjnych na ważne społecznie tematy.

Praktyczne ćwiczenia:

- Ćwiczenie 1 – manipulacje we współczesnych mediach – poszukiwania, analiza i ocena zmanipulowanych wizualizacji danych liczbowych oraz tworzenie prawidłowych przedstawień tych samych danych.
- Ćwiczenia 2 i 3 – projektowanie wizualizacji danych liczbowych o charakterze czysto informacyjnym dla różnych typów odbiorców.
- Ćwiczenie 4 – praca zespołowa. Grafika edukacyjna z elementami perswazji dla wskazanych grup odbiorców o zróżnicowanych możliwościach percepcyjnych.

Metody dydaktyczne

Metody dydaktyczne wspierające osiągnięcie efektów uczenia się oraz działające na rzecz równości i równego zaangażowania wszystkich uczestników.

- Podawcze: prezentacje.
- Angażujące: praca zespołowa, praca indywidualna, gra edukacyjna, konsultacje indywidualne i grupowe, *world cafe*, dyskusja.
- Inkluzywne: Konsultacje indywidualne projektów

Każde z realizowanych zadań można konsultować na cotygodniowych dyżurach on-line.

Literatura obowiązkowa:

1. Biecek, P. (2014). *Odkrywać! Ujawniać! Objaśniać! Zbiór esejów o sztuce prezentowania danych*. Warszawa: Fundacja Naukowa SmarterPoland.pl. Książka dostępna także online: <http://www.biecek.pl/Eseje/>
2. Rendgen, S., & Wiedemann, J. (2021). *History of Information Graphics*. Kolonia: Taschen.

Literatura uzupełniająca:

1. Frascara, J. (2016). Data, information, design, and traffic injuries. W P. Černe Oven & C. Požar (Red.), *On information design* (s. 53–72). Ljubljana: AML Contemporary Publications Series 8.
2. Mijksenaar, P. (1997). *Visual function: An introduction to information design*. Rotterdam: 010 Publishers.
3. Wszotek, M., & Pielużek, M. (Red.). (2020). *Manual – information design: Podręcznik z zakresu projektowania komunikacji*. Kraków: Libron.
4. Engebretsen, M., & Kennedy, H. (Red.). (2020). *Data visualization in society*. Amsterdam: Amsterdam University Press. <https://doi.org/10.2307/j.ctvzgb8c7>

Weryfikacja efektów uczenia się

	Forma weryfikacji	Warunek zaliczenia
Metoda 1	test	<ul style="list-style-type: none"> – minimalna liczba punktów konieczna do zaliczenia: 6 – maksymalna liczba punktów do zdobycia: 10
Metoda 2	prezentacja PDF własnej analizy błędów i manipulacji w wizualizacjach danych liczbowych wraz z propozycjami ich naprawy.	<ul style="list-style-type: none"> – minimalna liczba punktów konieczna do zaliczenia: 15 – maksymalna liczba punktów do zdobycia: 30

Metoda 3	przeгляд wydruków indywidualnych projektów zrealizowanych na zajęciach (ćwiczenia 2 i 3)	– minimalna liczba punktów konieczna do zaliczenia: 15 – maksymalna liczba punktów do zdobycia: 30
Metoda 4	prezentacja zespołowa zaprojektowanej serii materiałów edukacyjnych (ćwiczenie 4)	– minimalna liczba punktów konieczna do zaliczenia: 15 – maksymalna liczba punktów do zdobycia: 30

Ocena końcowa

Warunkiem uzyskania oceny pozytywnej z przedmiotu jest zdobycie minimalnej liczby punktów określonej dla każdego zadania. Obecność na zajęciach jest obowiązkowa. Ocena z przedmiotu wystawiana jest na podstawie sumy punktów zgodnie z poniższą skalą i progami:

91 – 100 punktów oznacza 5 (bardzo dobry)

81 – 90 punktów oznacza 4+ (dobry plus)

71 – 80 punktów oznacza 4 (dobry)

61 – 70 punktów oznacza 3+ (dostateczny plus)

51 – 60 punktów oznacza 3 (dostateczny)

poniżej 51 punktów oznacza 2 (niedostateczny), przedmiot musi być powtórzony.

KARTA PRZEDMIOTU

Nazwa przedmiotu: Projektowanie dla społecznej innowacji		Formy: warsztaty	Obligatoryjność: specjalnościowy
Kierunek studiów: Grafika reklamowa i multimedia specjalność: Projektowanie graficzne		Poziom studiów: studia pierwszego stopnia	Język wykładowy: polski
Forma studiów: studia stacjonarne (ST) studia niestacjonarne (NST)	Semestr: 3 (ST, NST)	Liczba godzin w planie studiów: studia stacjonarne: 30h studia niestacjonarne: 18h	Nakład pracy: Liczba punktów ECTS: 3 Liczba godzin pracy: 75

Miejsce przedmiotu w programie studiów

„Projektowanie dla społecznej innowacji” umożliwia osobom studiującym wykorzystanie posiadanych kompetencji do tworzenia społecznie zaangażowanych komunikatów wizualnych. Na przedmiocie będą wykorzystywane kompetencje zdobyte na pierwszym roku studiów na przedmiotach „Komunikacja wizualna” 1 i 2, „Projektowanie grafiki rastrowej” 1 i 2, „Projektowanie grafiki wektorowej”, „Typografia”, „Wstęp do projektowania grafiki edytorskiej” oraz „Socjologia sztuki i projektowania”. Doświadczenia z tych warsztatów będą wykorzystane w kolejnych semestrach na cyklach „Projektowania uniwersalnego”.

Efekty uczenia się

Kod kierunkowego efektu uczenia się	Przedmiotowe efekty uczenia się	Weryfikacja efektów uczenia się
GRM1_W02	Student(-ka) w zaawansowanym stopniu zna i rozumie zasady, metodologię oraz narzędzia projektowania dla innowacji społecznej, w tym projektowania odpowiedzialnego społecznie i partycypacyjnego. Rozumie również znaczenie projektowania graficznego w kontekście komunikacji idei społecznych oraz wspierania lokalnych społeczności.	Metoda 1
GRM1_W06	Student(-ka) zna i rozumie etyczne oraz społeczne znaczenie projektów graficznych ukierunkowanych na poprawę jakości życia, edukację, wspieranie rozwoju lokalnych społeczności oraz kształtowanie postaw prospołecznych i ekologicznych, rozpoznając ich wpływ na otoczenie społeczne i środowisko naturalne.	Metoda 1

GRM1_U05	Student(-ka) potrafi przeprowadzić analizę oraz rozpoznanie społecznych potrzeb użytkowników, w oparciu o nie formułować problemy projektowe w zakresie innowacji społecznych, a także, w duchu partycypacji, generować ich rozwiązania, mające na celu pozytywne zmiany społeczne i o potencjale wdrożeniowym w zakresie projektowania graficznego.	Metoda 1
GRM1_U07	Student(-ka) potrafi dobrać odpowiednie narzędzia i technologie, by stworzyć innowacyjne społecznie projekty graficzne.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_K04	Student(-ka) jest gotów(-owa) do podejmowania partycypacyjnych działań w obszarze projektowania graficznego, inicjując długofalowe, pozytywne zmiany w swoim otoczeniu. Wykazuje gotowość do rozwijania umiejętności projektowych ukierunkowanych na poprawę jakości życia, edukację, wspieranie rozwoju lokalnych społeczności oraz kształtowanie postaw prospołecznych i ekologicznych, przyjmując odpowiedzialność za wpływ swojej pracy na środowisko społeczne	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_K05	Student(-ka) jest gotów(-owa) do tworzenia perswazyjnych i informacyjnych przekazów wizualnych, które wspierają ważne społecznie tematy, wykazując przy tym umiejętność kreowania treści angażujących odbiorców i skłaniających do refleksji, przyczyniając się do budowania świadomości społecznej i promowania postaw prospołecznych oraz ekologicznych.	Metoda 1 Metoda 2

Opis i treści programowe
warsztaty
<p>Opis: Celem przedmiotu jest zapoznanie studentów i studentek z rolą projektowania graficznego i multimedialnego w procesie tworzenia społecznych innowacji. Przedmiot pozwala na rozwój umiejętności projektowych ukierunkowanych na poprawę jakości życia, edukacji, rozwoju lokalnych społeczności oraz kształtowanie postaw prospołecznych i ekologicznych.</p>
<p>Treści: Wprowadzenie do społecznej innowacji: <ul style="list-style-type: none"> – Definicje i przykłady społecznej innowacji – Rola projektanta graficznego w rozwiązywaniu problemów społecznych i środowiskowych - komunikacja idei społecznych – Zrównoważony rozwój, odpowiedzialność społeczna w kontekście projektowania graficznego – definicje projektowania partycypacyjnego oraz projektowania dla wspólnego dobra Korzyści partycypacji w projektowaniu społecznej innowacji: <ul style="list-style-type: none"> – Realne zrozumienie problemu – Wiarygodność i akceptacja rozwiązania przez grupę docelową – Wzmacnianie społeczności lokalnych – Zrównoważony rozwój i długofalowy efekt komunikacji graficznej – Zastosowanie układów edytorskich i wizualizacji danych w kampaniach społecznych – Budowanie narracji w grafice edytorskiej, aby przekaz był angażujący i przejrzysty </p>

Przykładowe formy partycypacji przydatne podczas projektowania społecznej innowacji:

- Konsultacje społeczne
- Warsztaty współtworzenia (co-design)
- Prototypowanie z użytkownikami
- Zarządzanie zmianą z udziałem społeczności
- Opracowywanie założeń kampanii angażujących społeczność

Realizacja zadania warsztatowego w grupach wg proponowanego modelu partycypacyjnego:

- Diagnoza potrzeb społecznych
- Szukanie i generowanie rozwiązań
- Budowanie prototypów
- Weryfikacja koncepcji rozwiązania graficznego z grupą docelową w procesie iteracyjnym
- Publiczna prezentacja projektu, omówienie sukcesów i trudności; dyskusja na temat potencjalnego wpływu projektu

Metody dydaktyczne

Metody dydaktyczne wspierające osiągnięcie efektów uczenia się oraz działające na rzecz równości i równego zaangażowania wszystkich uczestników.

- Podawcze: studium przypadku (case studies)
- Angażujące: projekt warsztatowy w grupach
- Inkluzywne: feedback 360 stopni, indywidualne korekty

Literatura obowiązkowa:

1. Brown, T. (2013). *Zmiana przez design*. Kraków: Wydawnictwo Libron.
2. Izdebska, K., & Klein, M. (2021). *Społeczny wymiar dizajnu*. Warszawa: Wydawnictwo Difin.
3. Norman, D. (2015). *Wzornictwo i emocje*. Warszawa: Wydawnictwo Arkady.
4. Papanek, V. (2022). *Dizajn dla realnego świata. Środowisko człowieka i zmiana społeczna*. Kraków: Wydawnictwo d2d.pl.
5. Rojek-Adamek, P. (2019). *Designerzy. Rola zawodowa projektanta w oglądzie socjologicznym*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe Scholar.

Literatura uzupełniająca:

1. Wykłady gościnne 2020/21 [Innowacje społeczne / Katarzyna Ociepka-Miąsik / Social Impact] WFP – School of Design [dostęp YouTube]

Weryfikacja efektów uczenia się

	Forma weryfikacji	Warunek zaliczenia
Metoda 1	projekt zespołowy	<ul style="list-style-type: none">– minimalna liczba punktów konieczna do zaliczenia: 36– maksymalna liczba punktów do zdobycia: 70
Metoda 2	prezentacja/przeгляд	<ul style="list-style-type: none">– minimalna liczba punktów konieczna do zaliczenia: 10– maksymalna liczba punktów do zdobycia: 20
Metoda 3	praca w grupie	<ul style="list-style-type: none">– minimalna liczba punktów konieczna do zaliczenia: 5– maksymalna liczba punktów do zdobycia: 10

Ocena końcowa

Warunkiem uzyskania oceny pozytywnej z przedmiotu jest zdobycie minimalnej liczby punktów określonej dla każdego zadania. Obecność na zajęciach jest obowiązkowa. Ocena z przedmiotu wystawiana jest na podstawie sumy punktów zgodnie z poniższą skalą i progami:

91 – 100 punktów oznacza 5 (bardzo dobry)

81 – 90 punktów oznacza 4+ (dobry plus)

71 – 80 punktów oznacza 4 (dobry)

61 – 70 punktów oznacza 3+ (dostateczny plus)

51 – 60 punktów oznacza 3 (dostateczny)

poniżej 51 punktów oznacza 2 (niedostateczny), przedmiot musi być powtórzony.

KARTA PRZEDMIOTU

Nazwa przedmiotu: Techniki edytorskie 1		Formy: warsztaty	Obligatoryjność: specjalnościowy
Kierunek studiów: Grafika reklamowa i multimedia specjalność: Projektowanie graficzne		Poziom studiów: studia pierwszego stopnia	Język wykładowy: polski
Forma studiów: studia stacjonarne (ST) studia niestacjonarne (NST)	Semestr: 3 (ST, NST)	Liczba godzin w planie studiów: studia stacjonarne: 48h studia niestacjonarne: 36h	Nakład pracy: Liczba punktów ECTS: 4 Liczba godzin pracy: 100

Składowe przedmiotu

1. Przygotowanie do druku (warsztaty) - forma stacjonarna - 18h; forma niestacjonarna - 12h
2. Grafika edytorska 1 (warsztaty) - forma stacjonarna - 30h, forma niestacjonarna - 24h

Miejsce przedmiotu w programie studiów

Przedmiot „Techniki edytorskie 1” poświęcony jest składowi i drukowi publikacji wielostronicowych i należy do grupy przedmiotów poświęconych najbardziej typowym realizacjom w zawodzie projektanta grafiki użytkowej. Przedmiot wykorzystuje umiejętności warsztatowe i narzędziowe zdobyte na przedmiotach „Typografia”, „Wstęp do projektowania grafiki edytorskiej”, „Projektowanie grafiki wektorowej” oraz na cyklach „Komunikacja wizualna” i „Projektowanie grafiki rastrowej”. Składowa „Grafika edytorska 1” jest komplementarna dla cykli „Grafika informacyjna”, „Projektowanie opakowań” i „Projektowanie przekazu reklamowego” oraz dla przedmiotu „Systemy identyfikacji wizualnej”. Składowa „ Przygotowanie do druku” jest kluczowa dla wszystkich przedmiotów specjalności Projektowanie graficzne. Zdobyte kompetencje będą wykorzystane na przedmiotach „Projektowanie graficzne – warsztaty projektowe” 1 i 2 oraz podczas pracy nad dyplomem (w zależności od wyboru tematu przez osobę studiującą).

Efekty uczenia się		
Kod kierunkowego efektu uczenia się	Przedmiotowe efekty uczenia się	Weryfikacja efektów uczenia się
GRM1_W04	Student(-ka) w średniozaawansowanym stopniu wie, jak tworzyć projekty dla grafiki edytorskiej z użyciem elementów tekstowych i ilustracyjnych w programach pakietu Adobe i rozumie, jak je realizować w branży wydawniczej.	Metoda 1 Metoda 3
GRM1_W11	Student(-ka) w zaawansowanym stopniu zna i rozumie trendy w rozwoju oprogramowania używanego podczas tworzenia publikacji i grafiki edytorskiej do druku, w tym wpływ ciągłego rozwoju tego oprogramowania na przebieg procesu projektowego, metody interakcji z odbiorcą oraz powielania dzieł z zakresu grafiki edytorskiej przy pomocy druku.	Metoda 1 Metoda 2 Metoda 3
GRM1_U02	Student(-ka) potrafi dokonać analizy wytycznych projektowych i dokonać selekcji informacji potrzebnych do rozpoczęcia projektu z zakresu grafiki edytorskiej.	Metoda 1 Metoda 2 Metoda 3
GRM1_U07	Student(-ka) potrafi dobrać odpowiednie narzędzia analogowego warsztatu artystycznego oraz właściwe narzędzia cyfrowe, w tym właściwe programy komputerowe i aplikacje, do przygotowania projektu prostej publikacji z zakresu grafiki edytorskiej.	Metoda 1 Metoda 3
GRM1_U13	Student(-ka) potrafi efektywnie prezentować własne prace z zakresu grafiki edytorskiej z użyciem terminologii właściwej dla branż projektowej i wydawniczej.	Metoda 2 Metoda 3
GRM1_K02	Student(-ka) jest gotów(-owa) do umiejętnego korzystania z własnej wiedzy na temat technologii drukarskich i przygotowania materiałów do druku oraz konstruktywnej współpracy ze zleceniodawcami i podwykonawcami projektów realizowanych w różnych technikach.	Metoda 1 Metoda 3

Opis i treści programowe

warsztaty - Przygotowanie do druku

Opis:

Podczas kursu osoby studiujące nauczą się analizować i poprawnie stosować w programach pakietu Adobe CC wytyczne otrzymane z drukarni offsetowych i cyfrowych, zapoznają się z popularnymi rodzajami druku, uszlachetnienia druku oraz zagadnieniami związanymi z zarządzaniem barwą w procesie projektowania do druku.

Treści:

- przygotowywanie projektów pod współczesne techniki druku,
- inspekcja plików - możliwości i ograniczenia preflight,
- kontrolowanie jakości w procesie przygotowania do druku,
- dobieranie formatów i rodzajów papieru,

- dobieranie innych niż papier podłoży służących do zadruku,
- tworzenie i wykorzystanie kolorów dodatkowych,
- rodzaje uszlachetnień druku i sposoby ich projektowania,
- doskonalenie umiejętności korzystania z wykrojników i projektowania ich,
- edytowanie plików PDF w Adobe Acrobat,
- zarządzanie barwą i stosowanie profili ICC,
- weryfikacja plików przed drukiem.

Przykładowe ćwiczenia:

- W oparciu o przesłane wymogi drukarni oceń, czy otrzymany „plik do druku” jest zgodny z oczekiwaniami podwykonawcy; popraw projekt tak, by nadawał się do druku we wskazanej technologii i z użyciem wskazanego podłoża.
- Przygotuj do druku publikację zaprojektowaną na Grafice edytorskiej; zaproponuj i zaprojektuj uszlachetnienia okładki publikacji.

Metody dydaktyczne

Metody dydaktyczne wspierające osiągnięcie efektów uczenia się oraz działające na rzecz równości i równego zaangażowania wszystkich uczestników.

- Podawcze: instruktaż, prezentacja
- Angażujące: ćwiczenia na zajęciach

Literatura obowiązkowa:

1. Gołąb, A. (2013). *DTP. Od projektu aż po druk. O współpracy grafika z drukarzem*. Gliwice: Helion.

Literatura uzupełniająca:

1. Fraser, B., Murphy, C., & Bunting, F. (2012). *Profesjonalne zarządzanie barwą*. Gliwice: Helion.
2. Drew, J. T., & Meyer, S. A. (2014). *Zarządzanie kolorem: Przewodnik dla grafików i projektantów*. Warszawa: Arkady.

warsztaty - Grafika edytorska

Opis:

W trzecim semestrze osoby studiujące realizują złożone projekty z zakresu składu oraz pogłębiają umiejętności związane z komponowaniem tekstu i obrazu na płaszczyźnie. W tym celu przygotowują projekty, w skład których wchodzi takie elementy jak typografia, skład, przygotowanie do druku.

Treści:

- tworzenie makiet, w tym makiet wielostronicowych
- praca z tekstem:
 - podstawowe zasady składu,
 - błędy składu,
 - projekt składu w programie InDesign,

Przykładowe zadania:

- W oparciu o przekazane materiały zaprojektuj składany identyfikator dla uczestnika wydarzenia naukowego (zawartość: wizytówka uczestnika, pełna agenda wydarzenia, logotypy sponsorów, kody QR linkujące do stron www i mediów społecznościowych);
- W oparciu o przekazane materiały zaprojektuj afisz informacyjny;
- Zaprojektuj tomik poezji;

Metody dydaktyczne

Metody dydaktyczne wspierające osiągnięcie efektów uczenia się oraz działające na rzecz równości i równego zaangażowania wszystkich uczestników.

- Podawcze: mini-wykład, prezentacje
- Angażujące: ćwiczenia indywidualne i w grupach
- Inkluzywne: konsultacje, przygotowanie pytań do wykładowcy

Literatura obowiązkowa:

1. Chwałowski, R. (2002). *Typografia typowej książki*. Gliwice: Helion.
2. Hochuli, J. (2009). *Detal w typografii*. Kraków: d2d.pl.

Literatura uzupełniająca:

1. Misiak, M., & Szydłowska, A. (2015). *Paneuropa, Kometa, Hel. Szkice z historii projektowania liter w Polsce*. Kraków: Karakter.

Weryfikacja efektów uczenia się

	Forma weryfikacji	Warunek zaliczenia
Metoda 1	projekty indywidualne - zestaw trzech wymaganych zadań	<ul style="list-style-type: none">– minimalna liczba punktów konieczna do zaliczenia: 30– maksymalna liczba punktów do zdobycia: 60
Metoda 2	przeгляд projektów - prezentacja trzech wymaganych zadań w formie portfolio i prezentacja portfolio	<ul style="list-style-type: none">– minimalna liczba punktów konieczna do zaliczenia: 10– maksymalna liczba punktów do zdobycia: 20
Metoda 3	konsultacje - aktywne konsultowanie wymaganych zadań	<ul style="list-style-type: none">– minimalna liczba punktów konieczna do zaliczenia: 11– maksymalna liczba punktów do zdobycia: 20

Ocena końcowa

Warunkiem uzyskania oceny pozytywnej z przedmiotu jest zdobycie minimalnej liczby punktów określonej dla każdego zadania. Obecność na zajęciach jest obowiązkowa. Ocena z przedmiotu wystawiana jest na podstawie sumy punktów zgodnie z poniższą skalą i progami:

91 – 100 punktów oznacza 5 (bardzo dobry)

81 – 90 punktów oznacza 4+ (dobry plus)

71 – 80 punktów oznacza 4 (dobry)

61 – 70 punktów oznacza 3+ (dostateczny plus)

51 – 60 punktów oznacza 3 (dostateczny)

poniżej 51 punktów oznacza 2 (niedostateczny), przedmiot musi być powtórzony.

specjalność: Projektowanie doświadczeń użytkownika (UX)

KARTA PRZEDMIOTU			
Nazwa przedmiotu: Badania w projektowaniu UX 1		Formy: warsztaty	Obligatoryjność: specjalnościowy
Kierunek studiów: Grafika reklamowa i multimedia specjalność: Projektowanie doświadczeń użytkownika (UX)		Poziom studiów: studia pierwszego stopnia	Język wykładowy: polski
Forma studiów: studia stacjonarne (ST) studia niestacjonarne (NST)	Semestr: 3 (ST, NST)	Liczba godzin w planie studiów: studia stacjonarne: 30h studia niestacjonarne: 24h	Nakład pracy: Liczba punktów ECTS: 3 Liczba godzin pracy: 75

Miejsce przedmiotu w programie studiów

Przedmiot „Badania w projektowaniu UX 1” pogłębia i kierunkuje kompetencje badawcze zdobyte przez osoby studiujące na przedmiotach „Badania w procesie projektowym” i „Badania jakościowe w procesie projektowym”, a także korzysta z wiedzy i umiejętności uzyskanych na przedmiocie „Prawo i etyka”. Kontynuacją warsztatów są „Badania w projektowaniu UX 2”, a wykorzystanie i pogłębienie następuje na wielu przedmiotach specjalności Projektowanie doświadczeń użytkownika (UX), w tym w szczególności na przedmiocie „Wizualizacja danych” oraz na cyklach, „Seminaria”, „Warsztaty projektowe” oraz „Modelowanie i architektura produktu”. Przedmiot jest też komplementarny dla „Wprowadzenia do pracy w zespole”.

Efekty uczenia się

Kod kierunkowego efektu uczenia się	Przedmiotowe efekty uczenia się	Weryfikacja efektów uczenia się
GRM1_W03	Student(ka) w zaawansowanym stopniu zna i rozumie zasady stosowania i doboru metod badawczych i analitycznych w procesie projektowania UX na etapie discovery.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_W06	Student(ka) ma wiedzę na temat etycznych uwarunkowań realizacji badań w projektowaniu UX.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_U03	Student(ka) potrafi zastosować adekwatne metody badawcze i analityczne i na podstawie pozyskanych z ich wykorzystaniem wyników i sformułowanych wniosków dostosować założenia realizowanego projektu UX.	Metoda 2

GRM1_U04	Student(ka) potrafi efektywnie komunikując się z przyszłymi użytkownikami produktu i mając na uwadze zasady projektowania zorientowanego na użytkownika, zrealizować podstawowe badania jakościowe, zgodnie z logiką procesu badawczego potrzebnego do określenia wytycznych projektowych.	Metoda 2
GRM1_U14	Student(ka) potrafi współpracować w grupie, dzielić się pracą z pozostałymi członkami zespołu oraz odpowiedzialnie i terminowo realizować powierzone zadania realizowanego projektu badawczego potrzebnego do określenia wytycznych projektowych.	Metoda 3
GRM1_K01	Student(ka) jest gotów (-owa) do refleksji nad wynikami realizowanych przez siebie badań jakościowych, pozyskania i odbioru informacji wykorzystywanych w trakcie projektowania badania oraz ich implementacji w procesie projektowym do określenia wytycznych projektowych.	Metoda 2
GRM1_K09	Student(ka) jest gotów(-owa) do przestrzegania zasad etyki zawodowej projektanta(-ki), w toku prowadzenia badań UX oraz do klarownego komunikowania tych zasad uczestnikom badania.	Metoda 1 Metoda 2

Opis i treści programowe

warsztaty

Opis:

Zadaniem przedmiotu jest ćwiczenie umiejętności z obszaru przygotowywania badań, ich realizacji oraz wykorzystania w projektowaniu doświadczeń użytkownika, poprzez właściwe interpretowanie danych i formułowanie rekomendacji projektowych, co pozwoli przyszłym osobom projektującym na dokonywanie wyborów projektowych motywowanych potrzebami i oczekiwaniami użytkowników oraz użytkowniczek projektowanych rozwiązań.

Treści:

- Rodzaje badań i ich miejsce w procesie
- Omówienie miejsca badań w procesie projektowym. Wyjaśnienie różnicy między badaniami eksploracyjnymi i weryfikacyjnymi.
- Przedstawienie głównych zasad prowadzenia badań i elementów etyki badawczej.
- Badania eksploracyjne jakościowe.
- Planowanie badań.
- Rozwój technik prowadzenia wywiadów pogłębionych, budowania scenariusza, przygotowania do badania i zasad jego prowadzenia.
- Analiza danych zastanych.
- Prezentowanie wyników badań.
- Omówienie zasad tworzenia raportów badawczych. Wskazanie kluczowych elementów podnoszących jakość i odbiór pracy.
- Zadania praktyczne takie jak:
Realizacja grupowego projektu badawczego dotyczącego badań zorientowanych na doświadczeniu użytkownika na etapie discovery.

Metody dydaktyczne

Metody dydaktyczne wspierające osiągnięcie efektów uczenia się oraz działające na rzecz równości i równego zaangażowania wszystkich uczestników.

- Podawcze: krótkie prezentacje wprowadzające do realizowanych ćwiczeń
- Angażujące: projekt zespołowy, ćwiczenia indywidualne i zespołowe, dyskusja, prezentacja na forum grupy, burza mózgów
- Inkluzywne: indywidualne rozmowy, i zwrócenie uwagi na specyficzne potrzeby edukacyjne osób studiujących np. poprzez możliwość podziału zadań w ramach pracy grupowej

Literatura obowiązkowa:

1. Fabricant R., Kuang C. (2022). *User Friendly. Jak niewidoczne zasady projektowania zmieniają nasze życie, pracę i rozrywkę*, Karakter [fragmenty wskazane przez prowadzącą]
2. Mościchowska, I., Rogoś-Turek B. (2015). *Badania jako podstawa Projektowania User Experience*, Warszawa [fragmenty wskazane przez prowadzącą]

Literatura uzupełniająca:

1. Eyal N., Hoover R. (2016). *Skuszeni. Jak tworzyć produkty kształtujące nawyki konsumenckie*, OnePress
2. Eyal N. (2020). *Nierozprasalni. Jak panować nad uwagą i decydować o swoim życiu*, OnePress
3. Krug S. (2014). *Nie każ mi myśleć! O życiowym podejściu do funkcjonalności stron internetowych*, Helion, [fragmenty wskazane przez prowadzącą]
4. Levy J., (2017), *Strategia UX*, Gliwice
5. Nunnally B., Farkas D., (2018). *Badanie UX*, Gliwice
6. Weinschenk S.M., (2021). *100 rzeczy, które każdy projektant powinien wiedzieć o potencjalnych klientach*, Gliwice [fragmenty wskazane przez prowadzącą]

Weryfikacja efektów uczenia się

	Forma weryfikacji	Warunek zaliczenia
Metoda 1	kolokwium	<ul style="list-style-type: none">– minimalna liczba punktów konieczna do zaliczenia: 16– maksymalna liczba punktów do zdobycia: 30
Metoda 2	projekt grupowy: badanie zorientowane na doświadczenie użytkownika na etapie discovery	<ul style="list-style-type: none">– minimalna liczba punktów konieczna do zaliczenia: 25– maksymalna liczba punktów do zdobycia: 50
Metoda 3	ocena pracy w grupie	<ul style="list-style-type: none">– minimalna liczba punktów konieczna do zaliczenia: 10– maksymalna liczba punktów do zdobycia: 20

Ocena końcowa

Warunkiem uzyskania oceny pozytywnej z przedmiotu jest zdobycie minimalnej liczby punktów określonej dla każdego zadania. Obecność na zajęciach jest obowiązkowa. Ocena z przedmiotu wystawiana jest na podstawie sumy punktów zgodnie z poniższą skalą i progami:

91 – 100 punktów oznacza 5 (bardzo dobry)

81 – 90 punktów oznacza 4+ (dobry plus)

71 – 80 punktów oznacza 4 (dobry)

61 – 70 punktów oznacza 3+ (dostateczny plus)

51 – 60 punktów oznacza 3 (dostateczny)

poniżej 51 punktów oznacza 2 (niedostateczny), przedmiot musi być powtórzony.

KARTA PRZEDMIOTU

Nazwa przedmiotu: Narzędzia prowadzenia warsztatów i facylitacji spotkań		Formy: warsztaty	Obligatoryjność: specjalnościowy
Kierunek studiów: Grafika reklamowa i multimedia specjalność: Projektowanie doświadczeń użytkownika (UX)		Poziom studiów: studia pierwszego stopnia	Język wykładowy: polski
Forma studiów: studia stacjonarne (ST) studia niestacjonarne (NST)	Semestr: 3 (ST, NST)	Liczba godzin w planie studiów: studia stacjonarne: 48h studia niestacjonarne: 36h	Nakład pracy: Liczba punktów ECTS: 3 Liczba godzin pracy: 75

Składowe przedmiotu

1. Narzędzia warsztatowe (warsztaty) - forma stacjonarna - 30h, forma niestacjonarna - wymiar godzin 24h
2. Myślenie wizualne (warsztaty) - forma stacjonarna - 18h; forma niestacjonarna - 12h

Miejsce przedmiotu w programie studiów

Przedmiot „Narzędzia prowadzenia warsztatów i facylitacji spotkań” składa się z dwóch komplementarnych składowych, które mają zróżnicowane wymagania wstępne. „Narzędzia warsztatowe” korzystają z kompetencji zdobytych na warsztatach „Narzędzia w procesie projektowym” (składowa przedmiotu „Architektura informacji i narzędzia w procesie projektowym”) oraz z umiejętności pracy zespołowej pozyskanej na przedmiocie „Kompetencje społeczne i akademickie”. Składowa „Myślenie wizualne” korzysta za to z kompetencji zdobytych na obu częściach przedmiotu „Rysunek i kompozycja”.

Przedmiot jest komplementarny dla „Wprowadzenia do pracy w zespole” oraz „Strategii UX”, a zdobyte kompetencje są następnie wykorzystywane i pogłębiane na cyklach „Warsztaty projektowe” i „Modelowanie i architektura produktu”, a także na przedmiocie „Projektowanie interfejsów użytkownika 1” i podczas pracy nad dyplomem.

Efekty uczenia się		
Kod kierunkowego efektu uczenia się	Przedmiotowe efekty uczenia się	Weryfikacja efektów uczenia się
GRM1_U01	Student(-ka) potrafi wykorzystywać posiadaną wiedzę z zakresu teorii i praktyki projektowania do zaplanowania i poprowadzenia procesu projektowego, w tym zaplanowania i przeprowadzenia warsztatów.	Metoda 1 Metoda 3 Metoda 4 Metoda 5
GRM1_U04	Student(-ka) potrafi wykorzystać wiedzę z zakresu nauk o komunikacji społecznej i mediach do efektywnego komunikowania się z interesariuszami projektów w toku warsztatów projektowych, a także stosować adekwatne, zaawansowane techniki informacyjno-komunikacyjne podczas pracy zespołowej.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_U06	Student(-ka) potrafi posługiwać się własną ekspresją artystyczną dla konstruowania metafor wizualnych w oparciu o własne koncepcje projektowe i posiadane umiejętności.	Metoda 4 Metoda 5
GRM1_U10	Student(-ka) potrafi efektywnie komunikować się, również z wykorzystaniem terminologii projektowej, podczas warsztatów z interesariuszami.	Metoda 1 Metoda 2 Metoda 3
GRM1_U13	Student(-ka) potrafi w sposób efektywny oraz z zachowaniem zasad adekwatnych do okoliczności publicznie prezentować wnioski i rozwiązania wypracowane w ramach przeprowadzonych przez siebie warsztatów używając kompetencji w zakresie myślenia wizualnego i tworzenia komunikacji wizualnej.	Metoda 4 Metoda 5
GRM1_U14	Student(-ka) potrafi planować i organizować warsztaty projektowe UX, a także jako projektant(ka) współdziałać w zespole interdyscyplinarnym biorąc czynny udział w warsztatach projektowych.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_K02	Student(-ka) jest gotów(-owa) do umiejętnego korzystania z własnej wiedzy i doświadczenia oraz konstruktywnej współpracy ze specjalistami również z dyscyplin innych niż sztuki plastyczne i konserwacja dzieł sztuki oraz nauki o komunikacji społecznej i mediach w toku warsztatów UX.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_K03	Student(-ka) jest gotów(-owa) do celowego i świadomego korzystania z własnej wyobraźni, intuicji, emocjonalności i zdolności do myślenia wizualnego w trakcie pracy projektowej, również w zmiennych warunkach podczas trwania warsztatów projektowych.	Metoda 1 Metoda 3 Metoda 4 Metoda 5
GRM1_K06	Student(-ka) jest gotów(-owa) do myślenia i działania w sposób przedsiębiorczy zarówno podczas udziału jak i jako prowadzący(ca) warsztaty projektowe.	Metoda 1 Metoda 2 Metoda 3 Metoda 4 Metoda 5

Opis i treści programowe

warsztaty - Narzędzia warsztatowe

Opis:

Celem kursu jest przygotowanie studentów do projektowania i moderowania warsztatów z interesariuszami związanymi z projektem (użytkownicy, klienci, zespół projektowy, użytkownicy ze szczególnymi potrzebami).

W toku zajęć osoby studenckie zdobywają wiedzę umiejętności i kompetencje z zakresu poprawnego prowadzenia warsztatów oraz konkretnych narzędzi i metod warsztatowych takich jak praca z szablonami, canvasami, ćwiczeniami dopasowanymi do celu i tematu warsztatu.

Treści:

- Wstęp do projektowania warsztatów z interesariuszami.
Omówienie celu warsztatów i doboru adekwatnych narzędzi.
Opracowanie elementów komunikacji z interesariuszami oraz założeń dotyczących organizacji warsztatów z agendą
- Omówienie narzędzi do warsztatów kick-off.
Opracowanie mapy interesariuszy i omówienie ról w projekcie oraz mapowanie kompetencji zespołowych w oparciu o Team Canvas Advanced
- Zespołowe determinowanie celów warsztatów w oparciu o elementy Lean Model Canvas oraz Value Proposition Canvas.
Przeprowadzenie ćwiczeń z mapowania funkcji dla użytkowników
- Omówienie narzędzi do facylitacji i moderowania spotkania
- Przeprowadzenie ćwiczeń z analizy i priorytetyzacji wyników warsztatu
- Układanie roadmapy projektowej
- Prezentacja wyników
- Tworzenie Executive Summary

Metody dydaktyczne

Metody dydaktyczne wspierające osiągnięcie efektów uczenia się oraz działające na rzecz równości i równego zaangażowania wszystkich uczestników.

- Podawcze: prezentacja wprowadzająca do tematyki zajęć, studium przypadku
- Angażujące: dyskusja, zadania praktyczne, prezentacja, projekt praktyczny
- Inkluzywne: indywidualne korekty projektów praktycznych

Literatura obowiązkowa:

1. Knapp J., Zeratsky J., Kowitz B. (2001). *Pięciodniowy sprint: rozwiązywanie trudnych problemów i testowanie pomysłów*, Bantam Press

Literatura uzupełniająca:

1. Greenberg S. (2011). *Sketching User Experiences: The Workbook*, Morgan Kaufmann
2. Cao J., Zieba, K., Ellis, M. (2016). *The Ultimate Guide to Prototyping*, UXPin
3. Arango J., Rosenfeld, L., Morville, P. (2015). *Information Architecture*, O'Reilly
4. Warfel T. Z. (2009). *Prototyping a practitioner's guide*, Rosenfeld

warsztaty - Myślenie wizualne

Opis:

Ćwiczenia w ramach kursu *Myślenie wizualne* mają na celu rozwijanie wszechstronnych umiejętności projektowych i artystycznych osób studiujących, ze szczególnym naciskiem na rozwiązywanie problemów projektowych w formie rysunkowej i przedstawianie koncepcji za pomocą wizualnych metafor.

Zadania skupiają się na nauce budowania fabuły, tworzeniu map myśli, retoryce wizualnej i kreatywnych sposobach opowiadania o: ścieżkach użytkownika, informacji zwrotnej, prezentowaniu metafory powstałej jako myśl przewodnia produktu.

Taka formuła pozwala kształtować postawę projektanta jako osoby działającej w kulturze wizualnej i rozwiązującej problemy użytkownika i klienta w sposób wizualny, a zatem w języku zrozumiałym dla większości odbiorców.

Ćwiczenia obejmują różnorodne aspekty myślenia projektowego i angażują studentów i studentki w praktyczne projekty, które rozwijają ich kreatywność, warsztatowe umiejętności oraz kompetencje w pracy indywidualnej, jak też w zakresie współpracy w zespołach.

Treści:

- metafora wizualna produktu
- budowanie fabuły
- wizualne przedstawienie ścieżki użytkownika
- retoryka wizualna
- informacja zwrotna i sposoby jej przedstawiania
- humorystyczne przedstawienia nieśmieszne w opowiadaniu słowami
- ukryta informacja wizualna
- gestalt
- mapy myśli
- ćwiczenia praktyczne takie jak:
 1. Komiks złożony z 3 kwadratowych kratek czytany od lewej do prawej strony i od prawej strony do lewej ale w innym kontekście.
 2. Analiza użytkownika jako horror vacui.
 3. Ilustracja oparta o Gestalt. Ukrycie obrazu w obrazie.
 4. Tryptyk na zmianę kontekstu. Otwierany tryptyk, w którym otwierając kolejne części obrazu zmieniamy kontekst opowiadanej historii.
 5. Żart rysunkowy oparty na konwencji rysunkowej zrozumiały (śmieszny) w kontekście bycia obrazem.
 6. Szkicownik kolażowy-wycinankowy.
 7. Odnajdywanie kształtów w przypadkowych plamach kleksach.

Metody dydaktyczne wspierające osiągnięcie efektów uczenia się oraz działające na rzecz równości i równego zaangażowania wszystkich uczestników.

- Podawcze: prezentacja wprowadzająca do tematu zajęć, prezentacja
- Angażujące: realizacja indywidualnych zadań w ramach zajęć, praca w grupach w ramach warsztatów
- Inkluzywne: wszystkie realizowane metody dydaktyczne powinny być inkluzywne i możliwie dostosowane do potrzeb osób studiujących

Literatura obowiązkowa:

1. Roam D. (2016). *Narysuj swoje myśli. Jak skutecznie prezentować i sprzedawać pomysły na kartce papieru*, Onepress, Gliwice.
2. Frutiger A. (2005), *Człowiek i jego znaki*, Wydawnictwo Do, Wydawnictwo Optima, Warszawa (fragmenty)

Literatura uzupełniająca:

1. Simon, M. (2006). *Storyboard – ruch w sztuce filmowej*, Wydawnictwo Wojciech Marzec, Warszawa.
2. Agerbeck B. (2012). *The Graphic Facilitator's Guide: How to use your listening, thinking and drawing skills to make meaning*, Loosetooth.com Library
3. Fabricant R., Kuang C. (2022). *User friendly. Jak niewidoczne zasady zmieniają nasze życie, pracę i rozrywkę*. Kraków, Karakter.
4. Adams, M. (2020). *Myślenie pytaniami*, Studio Emka, Warszawa.

Weryfikacja efektów uczenia się

	Forma weryfikacji	Warunek zaliczenia
Metoda 1	przygotowanie i przeprowadzenie warsztatów projektowych	– minimalna liczba punktów konieczna do zaliczenia: 15 – maksymalna liczba punktów do zdobycia: 30
Metoda 2	aktywność podczas udziału w warsztatach projektowych	– minimalna liczba punktów konieczna do zaliczenia: 5 – maksymalna liczba punktów do zdobycia: 10
Metoda 3	raport z warsztatów projektowych	– minimalna liczba punktów konieczna do zaliczenia: 10 – maksymalna liczba punktów do zdobycia: 20
Metoda 4	zadanie praktyczne (myślenie wizualne)	– minimalna liczba punktów konieczna do zaliczenia: 11 – maksymalna liczba punktów do zdobycia: 20
Metoda 5	omówienie projektu i jego jakości (myślenie wizualne)	– minimalna liczba punktów konieczna do zaliczenia: 10 – maksymalna liczba punktów do zdobycia: 20

Ocena końcowa

Warunkiem uzyskania oceny pozytywnej z przedmiotu jest zdobycie minimalnej liczby punktów określonej dla każdego zadania. Obecność na zajęciach jest obowiązkowa. Ocena z przedmiotu wystawiana jest na podstawie sumy punktów zgodnie z poniższą skalą i progami:

91 – 100 punktów oznacza 5 (bardzo dobry)

81 – 90 punktów oznacza 4+ (dobry plus)

71 – 80 punktów oznacza 4 (dobry)

61 – 70 punktów oznacza 3+ (dostateczny plus)

51 – 60 punktów oznacza 3 (dostateczny)

poniżej 51 punktów oznacza 2 (niedostateczny), przedmiot musi być powtórzony.

KARTA PRZEDMIOTU

Nazwa przedmiotu: Strategia UX		Formy: warsztaty	Obligatoryjność: specjalnościowy
Kierunek studiów: Grafika reklamowa i multimedia specjalność: Projektowanie doświadczeń użytkownika (UX)		Poziom studiów: studia pierwszego stopnia	Język wykładowy: polski
Forma studiów: studia stacjonarne (ST) studia niestacjonarne (NST)	Semestr: 3 (ST, NST)	Liczba godzin w planie studiów: studia stacjonarne: 30h studia niestacjonarne: 24h	Nakład pracy: Liczba punktów ECTS: 2 Liczba godzin pracy: 50

Miejsce przedmiotu w programie studiów

Przedmiot „Strategia UX” podejmuje temat pracy specjalisty UX w szerszym kontekście biznesowym. Przedmiot korzysta z wiedzy, umiejętności i kompetencji nabytych na przedmiocie „Narzędzia prowadzenia warsztatów i facylitacji spotkań” oraz cyklach „Modelowanie i architektura produktu” i „Proces projektowy”. Efekty uczenia się zdobyte w ramach „Strategii UX” będą wykorzystywane m.in. na „Warsztatach projektowych” oraz podczas pracy nad projektem dyplomowym.

Efekty uczenia się

Kod kierunkowego efektu uczenia się	Przedmiotowe efekty uczenia się	Weryfikacja efektów uczenia się
GRM1_W03	Student(ka) zna w zaawansowanym stopniu terminologię, zasady tworzenia, narzędzia oraz rolę strategii UX, a także sposoby jej konstruowania, roli i oddziaływania w kontekście projektowania produktów cyfrowych.	Metoda 3
GRM1_W05	Student(ka) zna i rozumie biznesowe uwarunkowania tworzenia i implementacji strategii UX.	Metoda 3
GRM1_U01	Student(ka) potrafi wykorzystywać posiadaną wiedzę z zakresu teorii i praktyki projektowania i planowania strategii UX i poprowadzenia procesu projektowego na bazie tej strategii.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_U02	Student(ka) potrafi dokonać selekcji, analizy i krytycznej oceny informacji na potrzeby stworzenia strategii UX.	Metoda 1 Metoda 2

GRM1_U03	Student(ka) potrafi ocenić dobór narzędzi badawczych i analitycznych do formułowania i weryfikacji założeń strategii UX.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_U05	Student(ka) potrafi na podstawie strategii UX formułować wstępne problemy projektowe.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_U14	Student(ka) w strategii UX planować i organizować indywidualny proces projektowy i określić działania zespołu interdyscyplinarnego.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_K01	Student(ka) jest gotów(-owa) do świadomej oraz krytycznej oceny pozyskanych informacji i na tej podstawie opracowywania strategii UX.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_K02	Student(ka) jest gotów(-owa) do umiejętnego korzystania z własnej wiedzy i doświadczenia oraz konstruktywnej współpracy ze specjalistami również z dyscyplin innych niż sztuki plastyczne i konserwacja dzieł sztuki oraz nauki o komunikacji społecznej i mediach w toku pracy nad strategią UX.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_K06	Student(ka) jest gotów(-owa) do myślenia i działania w sposób przedsiębiorczy opracowując strategię UX w oparciu o wskazane cele biznesowe.	Metoda 1 Metoda 2

Opis i treści programowe

warsztaty

Opis:

W ramach kursu studenci i studentki nabywają wiedzę oraz umiejętności pozwalające im na skuteczne kształtowanie produktu cyfrowego w kontekście wymagań i ograniczeń biznesowych. Zakres przedmiotu obejmuje podstawowy proces kształtowania strategii UX - od analizy otoczenia wewnętrznego i zewnętrznego, przez budowanie i weryfikację propozycji wartości, definiowanie strategii doświadczeń i modelu biznesowego, a w końcu określanie mierników UX i CX pozwalających ocenić skuteczność przyjętej strategii i sposobu jej realizacji. Ważnym elementem kursu jest zrozumienie roli projektanta UX w szerszym otoczeniu biznesowym - zarówno interesariuszy o różnych rolach w organizacji, jak i innych specjalistów zaangażowanych w projekt, np. specjalistów CX czy projektantów usług.

Treści:

Wprowadzenie do strategii UX

- Definicja i cele strategii UX. Warstwy (wizja, cele, plan) i elementy (użytkownik, biznes, technologia) strategii UX.
- Rola specjalisty UX w budowaniu i realizacji strategii biznesowej. Pojęcia i narzędzia pracy stratega.

Otoczenie wewnętrzne i zewnętrzne projektu

- Strategia UX a cele biznesowe. Mapowanie interesariuszy i zbieranie wymagań biznesowych. Wstępna analiza zapotrzebowania rynkowego, analiza konkurencji oraz analiza trendów i benchmarków.

Product Discovery i projektowanie propozycji wartości (Value Proposition)

- Analiza potrzeb klientów w procesie projektowym. Wykorzystanie narzędzi takich jak Value Proposition Canvas i krzywej wartości do analizy propozycji wartości. Metody jakościowe i ilościowe weryfikacji propozycji wartości.

Strategia doświadczenia

- Definiowanie pryncypiów projektowych i sposób pracy z nimi w procesie projektowym. Różne sposoby podejścia do kreowania wartościowych doświadczeń. Związki projektowania UX z Customer Experience i service designem.

Definiowanie modelu biznesowego

- Wykorzystanie narzędzi takich jak Lean Canvas i Business Model Canvas do projektowania i oceny modelu biznesowego. Omówienie podstawowych pojęć biznesowych (rynki, kanały, punkty styku, partnerzy, zasoby, strumień przychodów i struktura kosztów).

Metryki biznesowe

- Kluczowe mierniki UX, CX oraz biznesowe. Planowanie mierzenia doświadczenia użytkowników z wykorzystaniem metody np. HEART oraz podstawowych metryk takich jak NPS, CES i CSAT. Nietypowe metryki w projektach.

Metody dydaktyczne

Metody dydaktyczne wspierające osiągnięcie efektów uczenia się oraz działające na rzecz równości i równego zaangażowania wszystkich uczestników.

- Podawcze: prezentacja multimedialna, analiza przypadków
- Angażujące: projekty praktyczne, dyskusje
- Inkluzywne: wszystkie realizowane metody dydaktyczne powinny być inkluzywne i możliwie dostosowane do potrzeb osób studiujących

Literatura obowiązkowa:

1. Levy, J. (2021). *Strategia UX. Techniki tworzenia innowacyjnych rozwiązań cyfrowych*, Helion, Gliwice.

Literatura uzupełniająca:

1. Brown, T. (2009). *Change by Design: How Design Thinking Transforms Organizations and Inspires Innovation*, HarperBusiness
2. Kalbach, J. (2020). *The Jobs To Be Done Playbook: Align Your Markets, Organization, and Strategy Around Customer Needs*, Two Waves Books
3. Szóstek, A. (2022). *Strategia Umami. Jak połączyć biznes z projektowaniem doświadczeń i wyróżnić się na rynku*, MT Biznes, Warszawa.

Weryfikacja efektów uczenia się

	Forma weryfikacji	Warunek zaliczenia
Metoda 1	Projekt grupowy – opracowanie strategii UX dla wybranego rozwiązania cyfrowego (np. aplikacji, strony internetowej). Prezentacja strategii przed grupą i wykładowcą, połączona z sesją pytań i obroną zaproponowanych rozwiązań.	<ul style="list-style-type: none">– minimalna liczba punktów konieczna do zaliczenia: 20– maksymalna liczba punktów do zdobycia: 40

Metoda 2	Projekt indywidualny: wykorzystanie analizy otoczenia wewnętrznego i zewnętrznego, mapowania interesariuszy oraz innych metod do zdefiniowania celów, wizji i kluczowych elementów strategii projektowej.	<ul style="list-style-type: none"> – minimalna liczba punktów konieczna do zaliczenia: 21 – maksymalna liczba punktów do zdobycia: 40
Metoda 3	Kolokwium	<ul style="list-style-type: none"> – minimalna liczba punktów konieczna do zaliczenia: 10 – maksymalna liczba punktów do zdobycia: 20

Ocena końcowa

Warunkiem uzyskania oceny pozytywnej z przedmiotu jest zdobycie minimalnej liczby punktów określonej dla każdego zadania. Obecność na zajęciach jest obowiązkowa. Ocena z przedmiotu wystawiana jest na podstawie sumy punktów zgodnie z poniższą skalą i progami:

91 – 100 punktów oznacza 5 (bardzo dobry)

81 – 90 punktów oznacza 4+ (dobry plus)

71 – 80 punktów oznacza 4 (dobry)

61 – 70 punktów oznacza 3+ (dostateczny plus)

51 – 60 punktów oznacza 3 (dostateczny)

poniżej 51 punktów oznacza 2 (niedostateczny), przedmiot musi być powtórzony.

KARTA PRZEDMIOTU

Nazwa przedmiotu: Wprowadzenie do pracy w zespole		Formy: warsztaty	Obligatoryjność: specjalnościowy
Kierunek studiów: Grafika reklamowa i multimedia specjalność: Projektowanie doświadczeń użytkownika (UX)		Poziom studiów: studia pierwszego stopnia	Język wykładowy: polski
Forma studiów: studia stacjonarne (ST) studia niestacjonarne (NST)	Semestr: 3 (ST, NST)	Liczba godzin w planie studiów: studia stacjonarne: 30h studia niestacjonarne: 18h	Nakład pracy: Liczba punktów ECTS: 2 Liczba godzin pracy: 50

Miejsce przedmiotu w programie studiów

Przedmiot „Wprowadzenie do pracy w zespole” rozwija i pogłębia kompetencje związane z pracą zespołową, z którymi osoby studiujące zapoznają się na pierwszym roku podczas warsztatów „Kompetencje społeczne i akademickie”. Zdobyta umiejętność pracy w zespole zwinnym będzie przydatna na wszystkich przedmiotach realizujących pracę zespołową, jak w przyszłej pracy zawodowej.

Efekty uczenia się

Kod kierunkowego efektu uczenia się	Przedmiotowe efekty uczenia się	Weryfikacja efektów uczenia się
GRM1_W03	Student(ka) zna w zaawansowanym stopniu pojęcia i teorie dotyczące pracy zespołowej oraz dynamiki grupy, w tym etapy rozwoju zespołu i różne role członków zespołu.	Metoda 1
GRM1_U04	Student(ka) potrafi wykorzystać wiedzę z zakresu nauk o komunikacji społecznej i mediach do efektywnego komunikowania się w zespole interdyscyplinarnym, pełniąc w nim różne role (lidera, koordynatora, członka zespołu).	Metoda 1 Metoda 2 Metoda 3
GRM1_U05	Student(ka) potrafi dobierać i stosować różnorodne techniki służące do zespołowego generowania rozwiązań problemów projektowych, a także rozumie ich wpływ na efektywność i dynamikę pracy zespołowej.	Metoda 1 Metoda 2 Metoda 3

GRM1_U10	Student(ka) potrafi efektywnie komunikować się z członkami zespołu z wykorzystaniem terminologii właściwej dla projektowania UX, formułując precyzyjnie i w zrozumiały sposób pomysły, oczekiwania oraz uwagi.	Metoda 1 Metoda 2 Metoda 3
GRM1_U14	Student(ka) potrafi dobierać do zespołu zadaniowego osoby — i współpracować z nimi — o odpowiednich kompetencjach i specjalizacjach, w celu efektywnej realizacji projektów, uwzględniając zarówno wymagania projektowe, jak również indywidualne umiejętności i wiedzę ekspertów	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_K02	Student(ka) jest gotów(-owa) do umiejętnego korzystania z ekspertyzy specjalistów tworzących zespół zadaniowy oraz kontraktowej współpracy z nimi na rzecz definiowania i rozwiązywania problemów projektowych w obszarze UX.	Metoda 1 Metoda 2

Opis i treści programowe
warsztaty
<p>Opis: Celem kursu jest wprowadzenie studentów w zagadnienia związane z kulturą zwinności. Podczas warsztatów studenci doświadczą jak empiryczne, iteracyjne i przyrostowe podejście do tworzenia złożonych projektów wspiera współpracę i komunikację. Studenci poznają procesy i praktyki wspierające przejrzystość śledzenia postępów pracy projektowej, a także poznają zasady efektywnej komunikacji i procesów wspierających ją (takich jak retrospektywa). Ważnym elementem jest zrozumienie dynamiki pracy w grupie, zadań, które każda osoba pełni w zespole, oraz rozwijanie kompetencji miękkich.</p>
<p>Treści:</p> <p>Podstawy pracy zespołowej</p> <ul style="list-style-type: none"> – Rola zespołu w realizacji projektów UX – Dynamika zespołu – Zarządzanie konfliktem w zespole – Efektywna informacja zwrotna <p>Komunikacja w zespole</p> <ul style="list-style-type: none"> – Skuteczna komunikacja interpersonalna – Warsztaty z komunikacji i budowania relacji w zespole – Kontrakt pracy w zespole <p>Zarządzanie projektem</p> <ul style="list-style-type: none"> – Podstawy zarządzania projektami (metodyki Agile, Scrum) – Planowanie zadań i podział ról w zespole – Rozwiązywanie problemów projektowych <p>Kreatywność i współpraca</p> <ul style="list-style-type: none"> – Techniki pracy kreatywnej w zespole – Burza mózgów i inne metody twórczego rozwiązywania problemów – Współpraca międzydyscyplinarna <p>Praca nad projektem zespołowym</p> <ul style="list-style-type: none"> – Projektowanie doświadczeń użytkownika jako zespół

- Etapy realizacji projektu w zespole (research, prototypowanie, testowanie)
- Prezentacja wyników pracy
- Retro zespołowe

Metody dydaktyczne

Metody dydaktyczne wspierające osiągnięcie efektów uczenia się oraz działające na rzecz równości i równego zaangażowania wszystkich uczestników.

- Podawcze: prezentacja wprowadzająca do tematyki zajęć
- Angażujące: warsztaty interaktywne, dyskusje grupowe, symulacje i role, case studies z zakresu projektowania UX.

Literatura obowiązkowa:

1. Catmull E. (2015). *Kreatywność S.A. Droga do prawdziwej inspiracji*, MT Biznes, Warszawa
2. Manifest projektowania zwinnego - dostęp: <https://agilemanifesto.org/iso/pl/manifesto.html>
3. Wysocki, R.K. (2018). *Efektywne zarządzanie projektami*, Onepress, Gliwice.
4. Żmigrodzki M. (2022). *Zwinni. Zbrodnia i Scrum*, Onepress / Helion, Gliwice.

Literatura uzupełniająca

1. Brown, T. (2013). *Zmiana przez design: jak design thinking zmienia organizacje i pobudza innowacyjność*, Kraków: Libron
2. Chandler M.T., Dowling Grealish L. (2020). *Feedback (I inne brzydkie słowa*, MT Biznes, Warszawa.
3. Chrapko M. (2015). *Scrum. O zwinnym zarządzaniu projektami*, Helion, Gliwice
4. Cohn M. (2018). *Agile. Metodyki zwinne w planowaniu projektów*, Helion, Gliwice
5. Denning S. (2020). *Era Agile. O tym, jak sprytne firmy kształtują swoją efektywność*, Helion, Gliwice.
6. Marquet L.D. (2019). *Zmień kurs. Prawdziwa historia przemiany przywództwa*, Wyd. OSMPOWER, Warszawa.
7. Schein E. H. (2019). *Potęga dobrej komunikacji w zespole*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
8. Sutherland J., Schwaber K. (2020), *Scrum Guide. Przewodnik po Scrumie: reguły gry*, [online]

Weryfikacja efektów uczenia się

	Forma weryfikacji	Warunek zaliczenia
Metoda 1	projekt zespołowy na wybrany temat społeczny	<ul style="list-style-type: none"> – minimalna liczba punktów konieczna do zaliczenia: 30 – maksymalna liczba punktów do zdobycia: 60
Metoda 2	prezentacja projektu	<ul style="list-style-type: none"> – minimalna liczba punktów konieczna do zaliczenia: 10 – maksymalna liczba punktów do zdobycia: 20
Metoda 3	zastosowanie odpowiednich metod podczas pracy zespołowej	<ul style="list-style-type: none"> – minimalna liczba punktów konieczna do zaliczenia: 11 – maksymalna liczba punktów do zdobycia: 20

Ocena końcowa

Warunkiem uzyskania oceny pozytywnej z przedmiotu jest zdobycie minimalnej liczby punktów określonej dla każdego zadania. Obecność na zajęciach jest obowiązkowa. Ocena z przedmiotu wystawiana jest na podstawie sumy punktów zgodnie z poniższą skalą i progami:

91 – 100 punktów oznacza 5 (bardzo dobry)

81 – 90 punktów oznacza 4+ (dobry plus)

71 – 80 punktów oznacza 4 (dobry)

61 – 70 punktów oznacza 3+ (dostateczny plus)

51 – 60 punktów oznacza 3 (dostateczny)

poniżej 51 punktów oznacza 2 (niedostateczny), przedmiot musi być powtórzony.

KARTA PRZEDMIOTU

Nazwa przedmiotu: Projektowanie interfejsów użytkownika 1		Formy: warsztaty	Obligatoryjność: specjalnościowy
Kierunek studiów: Grafika reklamowa i multimedia specjalność: Projektowanie doświadczeń użytkownika (UX)		Poziom studiów: studia pierwszego stopnia	Język wykładowy: polski
Forma studiów: studia stacjonarne (ST) studia niestacjonarne (NST)	Semestr: 3 (ST, NST)	Liczba godzin w planie studiów: studia stacjonarne: 30h studia niestacjonarne: 24h	Nakład pracy: Liczba punktów ECTS: 2 Liczba godzin pracy: 50

Miejsce przedmiotu w programie studiów

„Projektowanie interfejsów użytkownika 1” stanowi pierwszy z sekwencji przedmiotów poświęconych UI. Podczas warsztatów będą wykorzystywane kompetencje zdobyte na „Typografii” oraz cyklach „Komunikacja wizualna” i „Rysunek i kompozycja”. Cykl „Projektowanie interfejsów użytkownika” wprowadza narzędzia, które będą wykorzystywane na innych przedmiotach specjalności Projektowanie doświadczeń użytkownika (UX), podczas pracy nad projektem dyplomowym i w pracy zawodowej.

Efekty uczenia się

Kod kierunkowego efektu uczenia się	Przedmiotowe efekty uczenia się	Weryfikacja efektów uczenia się
GRM1_W01	Student(ka) zna w średnio zaawansowanym stopniu zasady tworzenia interfejsów użytkownika, ich elementy i sposoby ich oddziaływania na odbiorców, rozumiejąc przy tym wpływ osiągnięć sztuk plastycznych na praktykę projektowania interfejsów.	Metoda 1 Metoda 2 Metoda 3
GRM1_W03	Student(ka) w zaawansowanym stopniu zna i rozumie zasady oraz przebieg procesów projektowych typowych dla projektowania interfejsów graficznych, w tym techniki prototypowania oraz dobre praktyki związane z projektowaniem użytecznych interfejsów z różnych branż.	Metoda 1 Metoda 2 Metoda 3

GRM1_U01	Student(ka) potrafi wykorzystywać posiadaną wiedzę z zakresu teorii i praktyki projektowania do zaplanowania i poprowadzenia procesu projektowego związanego z przygotowaniem interfejsu graficznego na potrzeby różnych branż i z uwzględnieniem ich specyfiki.	Metoda 1 Metoda 2 Metoda 3
GRM1_U03	Student(ka) potrafi ocenić dobór narzędzi badawczych i analitycznych do formułowania założeń, realizacji i prototypowania niskiej wierności interfejsów graficznych.	Metoda 1 Metoda 2 Metoda 3
GRM1_U07	Student(ka) potrafi dobrać odpowiednie narzędzia i metody, w tym te związane z analizą zachowań i przyzwyczajajeń użytkownika, do przygotowania prototypu interfejsu graficznego pozwalającego na efektywne prowadzenie użytkownika zgodnie z jego potrzebami.	Metoda 1 Metoda 2 Metoda 3
GRM1_K01	Student(ka) jest gotów(-owa) świadomie i krytycznie oceniać pozyskane informacje na temat potrzeb oraz zachowań użytkowników interfejsów i na tej podstawie dokonywać wyborów projektowych w procesie tworzenia interfejsu graficznego.	Metoda 1 Metoda 2 Metoda 3

Opis i treści programowe

warsztaty

Opis:

Projektowanie Interfejsów Użytkownika (UI) to wprowadzenie do kluczowych pojęć i zasad związanych z projektowaniem interfejsów użytkownika. Kurs koncentruje się na podstawach wizualnej komunikacji, hierarchii informacji oraz ergonomii użytkownika. Studenci poznają najważniejsze zasady tworzenia czytelnych, estetycznych i funkcjonalnych interfejsów, które ułatwiają użytkownikom korzystanie z cyfrowych produktów.

1. Zrozumienie UI i UX:

- Praktyczne ćwiczenie: Wspólna analiza przypadków, aby zidentyfikować różnice i podobieństwa między UI a UX w rzeczywistych projektach.

2. Analiza dobrych praktyk projektowych:

- Przykłady interfejsów: Studenci pracują w grupach, aby zidentyfikować cechy skutecznych interfejsów z różnych branż (aplikacje mobilne, strony internetowe, oprogramowanie) i omawiają, co czyni je udanymi.

3. Etapy realizacji projektów interakcji:

- Studenci opracowują plan projektu interakcji, uwzględniając kluczowe etapy i organizację pracy, a następnie prezentują swoje plany.

4. Projektowanie interakcji:

- Zajęcia praktyczne: Studenci poznają historię projektowania interakcji poprzez tworzenie prototypów prostych interfejsów, wykorzystując różne metody i podejścia.

5. Zasady projektowania interfejsów:

- Heurystyki użyteczności: Warsztaty, w trakcie których studenci oceniają istniejące interfejsy według ustalonych zasad, a następnie wprowadzają poprawki w grupach.
- Ergonomia i usability: Ćwiczenia w tworzeniu interfejsów, które są praktyczne i użyteczne, ze szczególnym naciskiem na potrzeby użytkownika.

- Hierarchia wizualna: Studenci projektują własne interfejsy, aby zrozumieć, jak struktura wizualna prowadzi użytkownika.
- Kolorystyka i typografia: Zajęcia praktyczne w doborze kolorów i krojów pisma, aby zwiększyć czytelność i dostępność.
- Visual storytelling: Tworzenie narracji wizualnej w grupach, aby poprawić komunikację z użytkownikami.

6. Psychologia w projektowaniu interfejsów:

- Ćwiczenia interaktywne: Wspólna praca nad tym, jak psychologia poznawcza i emocje wpływają na projektowanie interfejsów, poprzez analizę reakcji użytkowników na różne projekty.
- Zastosowanie zasad percepcji: Studenci stosują zasady psychologiczne w organizacji wizualnej, testując swoje projekty na grupie.

7. Elementy interfejsu użytkownika:

- Praktyczne zajęcia: Projektowanie i testowanie różnych komponentów interfejsu (przyciski, formularze, ikony, itp.) w celu zrozumienia ich wpływu na interakcję użytkownika.
- Analiza interakcji: Studenci przeprowadzają testy użyteczności swoich projektów, zbierając opinie na temat tego, jak komponenty wpływają na doświadczenie użytkownika.

8. Prototypowanie low-fi:

- Techniki szybkiego prototypowania niskiej wierności (papierowe makiety, narzędzia cyfrowe).
- Wykorzystanie metod i narzędzi generowania rozwiązań w projektowaniu interfejsów użytkownika (takie jak Crazy-8, Design Studio, Solution Sketch)
- Projektowanie prostych interakcji (przejścia między ekranami, podstawowe funkcje).
- Podstawy tworzenia interaktywnych prototypów w programie Figma

9. Obsługa oprogramowania Figma:

- Omówienie funkcji i możliwości Figmy w zakresie projektowania interfejsów użytkownika
- Praktyczne wykorzystanie Figmy w projektowaniu interaktywnych prototypów interfejsów użytkownika

Ćwiczenia praktyczne takie jak: tworzenie niskiej wierności prototypów, ćwiczenia z hierarchii wizualnej, projektowanie komponentów GUI, obsługa i praktyczne wykorzystanie oprogramowania Figma.

Metody dydaktyczne

Metody dydaktyczne wspierające osiągnięcie efektów uczenia się oraz działające na rzecz równości i równego zaangażowania wszystkich uczestników.

- Podawcze: prezentacja multimedialna, studium przypadków
- Angażujące: projekt indywidualny, projekt grupowy, dyskusja nad rozwiązaniami,
- Inkluzywne: indywidualne wsparcie dla studentów w zakresie ich projektów.

Literatura obowiązkowa:

1. Badura C. (2022) UXUI. Design Zoptymalizowany. Manual Book, Helion, Gliwice
2. Norman, D. A. (2018). *Dizajn na co dzień*, Karakter, Kraków

Literatura uzupełniająca:

1. Sikorski M. (2010). Interakcja Człowiek-komputer; PJWSTK; Warszawa: PJWSTK
2. Krug S (2014). Nie każ mi myśleć! O życiowym podejściu do funkcjonalności stron internetowych: Helion, Gliwice.
3. Moggridge B. (2007). Designing Interactions; MIT Press;

Weryfikacja efektów uczenia się		
	Forma weryfikacji	Warunek zaliczenia
Metoda 1	Indywidualna praca projektowa nad zadaniami przydzielonymi przez osobę prowadzącą	<ul style="list-style-type: none"> – minimalna liczba punktów konieczna do zaliczenia: 30 – maksymalna liczba punktów do zdobycia: 60
Metoda 2	Ćwiczenia warsztatowe w grupie	<ul style="list-style-type: none"> – minimalna liczba punktów konieczna do zaliczenia: 11 – maksymalna liczba punktów do zdobycia: 20
Metoda 3	Przegląd prac studenckich w obecności studenta	<ul style="list-style-type: none"> – minimalna liczba punktów konieczna do zaliczenia: 10 – maksymalna liczba punktów do zdobycia: 20

Ocena końcowa
<p>Warunkiem uzyskania oceny pozytywnej z przedmiotu jest zdobycie minimalnej liczby punktów określonej dla każdego zadania. Obecność na zajęciach jest obowiązkowa. Ocena z przedmiotu wystawiana jest na podstawie sumy punktów zgodnie z poniższą skalą i progami:</p> <p>91 – 100 punktów oznacza 5 (bardzo dobry) 81 – 90 punktów oznacza 4+ (dobry plus) 71 – 80 punktów oznacza 4 (dobry) 61 – 70 punktów oznacza 3+ (dostateczny plus) 51 – 60 punktów oznacza 3 (dostateczny) poniżej 51 punktów oznacza 2 (niedostateczny), przedmiot musi być powtórzony.</p>

KARTA PRZEDMIOTU

Nazwa przedmiotu: Wstęp do projektowania doświadczeń użytkownika		Formy: ćwiczenia	Obligatoryjność: specjalnościowy
Kierunek studiów: Grafika reklamowa i multimedia specjalność: Projektowanie doświadczeń użytkownika (UX)		Poziom studiów: studia pierwszego stopnia	Język wykładowy: polski
Forma studiów: studia stacjonarne (ST) studia niestacjonarne (NST)	Semestr: 3 (ST, NST)	Liczba godzin w planie studiów: studia stacjonarne: 30h studia niestacjonarne: 24h	Nakład pracy: Liczba punktów ECTS: 3 Liczba godzin pracy: 75

Miejsce przedmiotu w programie studiów

„Wstęp do projektowania doświadczeń użytkownika” jest wprowadzeniem do przedmiotów tworzących specjalność „Projektowanie doświadczeń użytkownika (UX)”. Nabywane podczas ćwiczeń kompetencje – znajomość terminologii oraz zrozumienie problematyki i kontekstu pracy projektanta UX są niezbędne na pozostałych przedmiotach specjalnościowych.

Efekty uczenia się

Kod kierunkowego efektu uczenia się	Przedmiotowe efekty uczenia się	Weryfikacja efektów uczenia się
GRM1_W03	Student(ka) zna kluczowe pojęcia związane z projektowaniem doświadczeń użytkownika (UX) oraz rozumie jego znaczenie w procesie tworzenia produktów cyfrowych.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_W05	Student(ka) rozumie wpływ wybranych modeli biznesowych i ich konsekwencje w kontekście projektowania doświadczeń użytkownika.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_W12	Student(ka) zaawansowanym stopniu zna szeroki kontekst społeczny projektowania doświadczeń użytkownika i posiada wiedzę na temat percepcji użytkownika.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_U04	Student(ka) potrafi wykorzystać wiedzę z zakresu modeli myślowych, motywacji i percepcji do efektywnego komunikowania się podczas pracy zespołowej.	Metoda 3

GRM1_K04	Student(ka) jest gotów(-owa) do podejmowania działań w zakresie odpowiedzialnego i etycznego projektowania zorientowanego na potrzeby użytkownika oraz do przyjęcia odpowiedzialności za oddziaływanie własnej pracy na jej odbiorców.	Metoda 2 Metoda 3
GRM1_K08	Student(ka) jest świadom(-oma) oddziaływania społecznego przez projektowanie UX i gotów(-owa) do analizowania wpływu realizowanych przez siebie projektów z zakresu grafiki interaktywnej na środowisko społeczne, w tym dokonywania samooceny w zakresie etycznego wymiaru swojej pracy.	Metoda 1 Metoda 2 Metoda 3
GRM1_K09	Student(ka) jest świadomy(-a) odpowiedzialności projektanta UX za wpływ, jaki jego praca wywiera na użytkowników, i potrafi ocenić projekt pod kątem etycznym, unikać dark patterns i promować dobre praktyki.	Metoda 1 Metoda 2 Metoda 3

Opis i treści programowe
ćwiczenia
<p>Opis: Przedmiot <i>Wstęp do projektowania doświadczeń użytkownika</i> jest podstawowym przedmiotem ścieżki <i>Projektowanie doświadczeń użytkownika UX</i>. Studenci poznają definicję projektowania doświadczeń użytkownika i relację pomiędzy projektem a użytkownikiem, zwracają też uwagę na wielokontekstowość projektowania doświadczeń użytkownika. Przedmiot wprowadza również w podstawy etyki, psychologii poznawczej i motywacji istotne z punktu widzenia projektowania doświadczeń.</p>
<p>Treści: Wprowadzenie do projektowania doświadczeń użytkownika UX</p> <ul style="list-style-type: none"> – Charakterystyka i wyjaśnienie obszaru jakim zajmuje się User Experience. – Specyfika pracy na stanowisku związanym z projektowaniem UX – Etyka w projektowaniu UX (dark patterns, dobry projekt a etyczny projekt, autorytety) – Historia projektowania interfejsu użytkownika (UI). Przedstawienie historii, klasyfikacji i problematyki związanej z projektowaniem interfejsów użytkownika oraz interakcji człowiek-maszyna – Omówienie wybranych modeli biznesowych tzw. korporacji big-tech (na podstawie lektury) w kontekście krytycznego spojrzenia na rozwój techniczny – Case studies – prezentacje ciekawych przykładów projektowania doświadczeń. <p>Elementy psychologii poznawczej i motywacji w projektowaniu UX</p> <ul style="list-style-type: none"> – Wprowadzenie do psychologii w UX. Krótki zarys historyczny połączony z przeglądem podstawowych praw interakcji człowiek-komputer – Wzrok i jego aspekty. Wprowadzenie do zagadnień związanych ze wzrokiem, identyfikacją obiektów i wyobrażaniem obrazów – zasady Gestalt – Pamięć i koncentracja. Przedstawienie podstawowych zagadnień związanych z pamięcią oraz wynikającym z niej obciążeniem poznawczym. – Modele myślowe. Podstawowe aspekty psychologii projektowania związane z przetwarzaniem myślowym, a także jego wpływ na czas podejmowania decyzji

- Emocje w projektowaniu. Wpływ emocji na zachowanie człowieka i ich biologiczne korelacje. Kształtowanie doświadczeń użytkownika oparte na wzorcach projektowych.
- Błędy poznawcze (cognitive bias). Wprowadzenie do zagadnienia projektowania defensywnego (defensive design) związane z przewidywaniem najczęściej popełnianych błędów.
- Podejmowanie decyzji. Psychologiczne aspekty podejmowania decyzji, a także ich praktyczne zastosowanie w projektowaniu.
- Motywacja i grywalizacja. Kształtowanie zachowań i podstawowych aspektów motywacji. Studium przypadku zastosowania teorii motywacji w produktach cyfrowych

Ćwiczenia praktyczne takie jak:

- Studenci wcielają się w role i na podstawie zdobytej wiedzy obejmują przeciwne stanowiska w dyskusji.
- Studenci przygotowują krótkie problemowe wypowiedzi na podstawie lektury.
- Studenci w toku zajęć przygotowują grupowe prezentacje na zadane tematy zgodne z zakresem zajęć.
- Zadania praktyczne dotyczące omawianych tematów.

Metody dydaktyczne

Metody dydaktyczne wspierające osiągnięcie efektów uczenia się oraz działające na rzecz równości i równego zaangażowania wszystkich uczestników.

- Podawcze: prezentacja, wykład, lektura
- Angażujące: projekt, dyskusja
- Inkluzywne: Indywidualne rozmowy ze studentem

Literatura obowiązkowa:

1. Zuboff, S. (2020). *Wiek kapitalizmu inwigilacji*. Poznań: Zysk i S-ka.
2. Marsh, J. (2020). *UX dla początkujących: sto krótkich lekcji*. Gliwice: Helion.
3. Yablonski, J. (2021). *Prawa UX. Jak psychologia pomaga w projektowaniu lepszych produktów i usług*. Gliwice: Helion.
4. Norman, D. A. (2015). *Wzornictwo i emocje. Dlaczego kochamy lub nienawidzimy rzeczy powszednie*. Warszawa: Arkady.

Literatura uzupełniająca:

1. Norman, D. (2019). *Dizajn na co dzień*. Kraków: Karakter.
2. Kahneman, D. (2022). *Pułapki myślenia. O myśleniu szybkim i wolnym*. Poznań: Media Rodzina.
3. Papanek, V. (2012). *Dizajn dla realnego świata*. Kraków: d2d.pl.
4. Moggridge, B. (2006). *Designing Interactions*. Cambridge, MA: MIT Press.
5. Turner, J. H., & Stets, J. E. (2009). *Socjologia emocji*. Warszawa: PWN.
6. Weinschenk, S. M. (2011). *100 rzeczy, które każdy projektant powinien wiedzieć o potencjalnych klientach*. Gliwice: Helion.
7. <https://www.nngroup.com>

Weryfikacja efektów uczenia się		
	Forma weryfikacji	Warunek zaliczenia
Metoda 1	kolokwium	<ul style="list-style-type: none"> – minimalna liczba punktów konieczna do zaliczenia: 18 – maksymalna liczba punktów do zdobycia: 34
Metoda 2	wypowiedź pisemna i/lub ustna	<ul style="list-style-type: none"> – minimalna liczba punktów konieczna do zaliczenia: 17 – maksymalna liczba punktów do zdobycia: 34
Metoda 3	zadanie praktyczne	<ul style="list-style-type: none"> – minimalna liczba punktów konieczna do zaliczenia: 16 – maksymalna liczba punktów do zdobycia: 32

Ocena końcowa
<p>Warunkiem uzyskania oceny pozytywnej z przedmiotu jest zdobycie minimalnej liczby punktów określonej dla każdego zadania. Obecność na zajęciach jest obowiązkowa. Ocena z przedmiotu wystawiana jest na podstawie sumy punktów zgodnie z poniższą skalą i progami:</p> <p>91 – 100 punktów oznacza 5 (bardzo dobry) 81 – 90 punktów oznacza 4+ (dobry plus) 71 – 80 punktów oznacza 4 (dobry) 61 – 70 punktów oznacza 3+ (dostateczny plus) 51 – 60 punktów oznacza 3 (dostateczny) poniżej 51 punktów oznacza 2 (niedostateczny), przedmiot musi być powtórzony.</p>

specjalność: Multimedia

KARTA PRZEDMIOTU

Nazwa przedmiotu: Edycja dźwięku		Formy: warsztaty	Obligatoryjność: specjalnościowy
Kierunek studiów: Grafika reklamowa i multimedia specjalność: Multimedia		Poziom studiów: studia pierwszego stopnia	Język wykładowy: polski
Forma studiów: studia stacjonarne (ST) studia niestacjonarne (NST)	Semestr: 3 (ST, NST)	Liczba godzin w planie studiów: studia stacjonarne: 30h studia niestacjonarne: 24h	Nakład pracy: Liczba punktów ECTS: 2 Liczba godzin pracy: 50

Miejsce przedmiotu w programie studiów

Przedmiot „Edycja dźwięku” rozpoczyna cykl specjalistycznych przedmiotów związanych z animacją i filmem. Komplementarna dla niego jest „Produkcja filmowa 1” i „Animacja 1”. Zdobyte kompetencje z zakresu projektowania ścieżki dźwiękowej będą wykorzystywane i pogłębiane w realizacji większości przedmiotów na specjalizacji Multimedia, w szczególności na cyklach „Montaż filmowy”, „Animacja” oraz podczas pracy nad projektem dyplomowym.

Efekty uczenia się

Kod kierunkowego efektu uczenia się	Przedmiotowe efekty uczenia się	Weryfikacja efektów uczenia się
GRM1_W04	Student(ka) w zaawansowanym stopniu rozumie pojęcie spektrum dźwięku i aspekty jego dynamiki, pojęcie wielokanałowości i jej rodzaje. Rozumie zasady wirtualnej imitacji przestrzeni 3D w miksie.	Metoda 1
GRM1_W07	Student(ka) rozumie zastosowania prawa z zakresu ochrony własności intelektualnej i praw autorskich w odniesieniu do wykorzystywania internetowych źródeł dźwięku.	Metoda 1
GRM1_U06	Student(ka) potrafi posługiwać się własną ekspresją artystyczną w celu konstruowania samodzielnych dzieł dźwiękowych i udźwiękowienia do utworów filmowych i animacji.	Metoda 1
GRM1_U07	Student(ka) potrafi samodzielnie nagrywać dźwięk za pomocą mikrofonów i interfejsów audio, dobierając odpowiednie parametry.	Metoda 1

GRM1_U09	Student(ka) rozumie relacje między materiałem dźwiękowym i wizualnym i potrafi dokonywać korekty tych materiałów wynikającej z ich wzajemnej zależności.	Metoda 1
GRM1_K03	Student(ka) jest gotów(-owa) do korzystania z własnej intuicji i twórczego myślenia podczas przygotowywania projektów dźwiękowych i ich przystosowywania do zmiennego materiału video.	Metoda 1

Opis i treści programowe

warsztaty

Opis:

Warsztaty z *Edycji dźwięku* koncentrują się na poznaniu metod pracy związanych z sound designem. Studenci poznają narzędzia analogowe i cyfrowe pozwalające na generowanie, rejestrację i przetwarzanie materiału dźwiękowego dostosowanego do wybranego projektu multimedialnego. Celem warsztatów jest opanowanie zaawansowanych technik nagrywania i edycji dźwięku, praca z różnymi urządzeniami i oprogramowaniem do obróbki dźwięku.

Treści:

1. Teoria edycji i nagrywania dźwięku

- aranżacja akustyczna przestrzeni pracy
- partytura graficzna lub opisowa
- teoretyczne podstawy akustyki
- charakterystyka mikrofonów i ich podziały
- formaty audio i ich wykorzystanie w produkcji audio

2. Nauka technik edycji dźwięku-praca praktyczna

- instrumenty wirtualne
- kontrolery MIDI
- akustyczne obiekty dźwiękowe
- interfejsy audio
- ścieżka, montaż, miks, submiks, mastering
- interpretacja audialna wybranego projektu
- twórcze generowanie efektów dźwiękowych na potrzeby multimedialnych

3. Nauka narzędzi oprogramowanie

- programy DAW
- budowanie narracji dźwiękowej
- wykorzystanie różnych technik
- umiejętność samodzielnego wyszukiwania rozwiązań online
- wtyczki programowe

Ćwiczenia praktyczne takie jak:

- ćwiczenie 1: Udźwiękowanie krótkiej formy filmowej w korelacji z projektem realizowanym na przedmiocie animacja lub film projekt.
- ćwiczenie 2: Udźwiękowanie krótkiej formy filmowej w korelacji z projektem realizowanym na przedmiocie animacja lub film projekt.

- ćwiczenie 3: Poczta dźwiękowa. Poszukiwania i nagrywanie dźwięków z otoczenia. Projekt zespołowy (2 osobowy) lub realizowany indywidualnie.

Metody dydaktyczne

Metody dydaktyczne wspierające osiągnięcie efektów uczenia się oraz działające na rzecz równości i równego zaangażowania wszystkich uczestników.

- Podawcze: prezentacje teoretycznych podstaw koniecznych do efektywnego ćwiczenia umiejętności
- Angażujące: dyskusja, zadania praktyczne, projekt praktyczny
- Inkluzywne: konsultacje indywidualne z prowadzącym

Literatura obowiązkowa:

1. Sztekmler, K. (2011). *Podstawy nagłośnienia i realizacji nagrań. Podręcznik dla akustyków*. Warszawa: Wydawnictwa Komunikacji i Łączności WKŁ.
2. Francis, G. (2024). *The REAPER User Guide*. Pobrano z <https://dlz.reaper.fm/userguide/ReaperUserGuide725c.pdf>
3. Francis, G. (2012). *Wszystko Gra Polish Reaper User Guide* (A. Siemieński, tłum.). Pobrano z <https://dlz.reaper.fm/userguide/PolishReaperUserGuide416.pdf>

Literatura uzupełniająca:

1. Fortner, S. (2024). *Arturia Pigments Manual*. Pobrano z https://dl.arturia.net/products/pigments/manual/pigments_Manual_5_0_0_EN.pdf
2. Braakman, B. (2023). *Arturia MicroFreak Manual*. Pobrano z https://downloads.arturia.net/products/microfreak/manual/microfreak_Manual_5_0_1_EN.pdf

Weryfikacja efektów uczenia się

	Forma weryfikacji	Warunek zaliczenia
Metoda 1	ocena materiału przygotowanego przez studentów z omówieniem	<ul style="list-style-type: none"> – minimalna liczba punktów konieczna do zaliczenia: 51 – maksymalna liczba punktów do zdobycia: 100

Ocena końcowa

Warunkiem uzyskania oceny pozytywnej z przedmiotu jest zdobycie minimalnej liczby punktów określonej dla każdego zadania. Obecność na zajęciach jest obowiązkowa. Ocena z przedmiotu wystawiana jest na podstawie sumy punktów zgodnie z poniższą skalą i progami:

91 – 100 punktów oznacza 5 (bardzo dobry)

81 – 90 punktów oznacza 4+ (dobry plus)

71 – 80 punktów oznacza 4 (dobry)

61 – 70 punktów oznacza 3+ (dostateczny plus)

51 – 60 punktów oznacza 3 (dostateczny)

poniżej 51 punktów oznacza 2 (niedostateczny), przedmiot musi być powtórzony.

KARTA PRZEDMIOTU

Nazwa przedmiotu: Scenorys zaawansowany		Formy: warsztaty	Obligatoryjność: specjalnościowy
Kierunek studiów: Grafika reklamowa i multimedia specjalność: Multimedia		Poziom studiów: studia pierwszego stopnia	Język wykładowy: polski
Forma studiów: studia stacjonarne (ST) studia niestacjonarne (NST)	Semestr: 3 (ST, NST)	Liczba godzin w planie studiów: studia stacjonarne: 30h studia niestacjonarne: 24h	Nakład pracy: Liczba punktów ECTS: 2 Liczba godzin pracy: 50

Miejsce przedmiotu w programie studiów

Przedmiot „Scenorys zaawansowany” rozwija kompetencje pozyskane przez osoby studiujące na składowej „Scenorys – podstawy”, która była częścią przedmiotu „Wstęp do animacji i postprodukcji 1” w semestrze pierwszym, ale bazuje też na umiejętnościach zdobytych na cyklu „Rysunek i kompozycja”. Umiejętność rozrysowania historii czy poszczególnych scen kreacji jest istotna w dla wielu przedmiotów na specjalności multimedia, w tym na „Produkcji filmowej 2”, „Organizacji planu filmowego” czy cyklu „Animacja”. Przedmiot jest też uzupełnieniem treści przedmiotów „Produkcja filmowa 1” i „Montaż filmowy 1” z tego samego semestru.

Efekty uczenia się

Kod kierunkowego efektu uczenia się	Przedmiotowe efekty uczenia się	Weryfikacja efektów uczenia się
GRM1_W04	Student(-ka) zna w zaawansowanym stopniu złożone zasady tworzenia scenorysów oraz potrafi zastosować wiedzę z zakresu interpretacji scenariuszy, budowania narracji wizualnej i organizacji przestrzennej kadrów w kontekście różnych form multimedialnych, w tym filmu, animacji i gier wideo.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_U06	Student(-ka) potrafi wykorzystać umiejętności rysunkowe i techniczne i swoją ekspresję artystyczną do opracowania profesjonalnych scenorysów, stosując różnorodne techniki (tradycyjne i cyfrowe) oraz własne koncepcje artystyczne, które wspierają proces twórczy w projektach multimedialnych.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_U08	Student(-ka) proponuje zróżnicowane i kreatywne rozwiązania wizualne w odpowiedzi na wyzwania narracyjne i stylistyczne związane z przygotowaniem scenorysu, uwzględniając różne formy wyrazu artystycznego i stylistyki w projektach multimedialnych.	Metoda 1 Metoda 2

GRM1_U09	Student(-ka) rozwija własny warsztat scenarysowy, wprowadzając nowe techniki i narzędzia, oraz doskonali umiejętności pracy w zespołach projektowych, aby tworzyć rozbudowane projekty multimedialne.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_K03	Student(-ka) jest gotów(-owa) do twórczej współpracy w zespołach projektowych przygotowujących scenarysy i ich realizacji oraz efektywnego prezentowania swoich scenarysów, z uwzględnieniem zmieniających się wymagań projektowe i technologiczne.	Metoda 2 Metoda 3

Opis i treści programowe	
warsztaty	
Opis: Celem przedmiotu "Scenorys zaawansowany" jest rozwinięcie umiejętności tworzenia profesjonalnych scenarysów (storyboardów), które są kluczowym narzędziem w produkcji filmów, animacji, gier wideo oraz innych form multimedialnych. Studenci zdobędą zaawansowaną wiedzę z zakresu interpretacji scenariuszy, budowania narracji wizualnej, a także praktyczne umiejętności tworzenia złożonych scenarysów z wykorzystaniem różnorodnych technik i narzędzi. Praca na zajęciach ma charakter warsztatowy i oparta jest na realizacji indywidualnych projektów, które są elementami częściowymi rozwiniętych i rozbudowanych projektów zespołowych.	
Treści: <ul style="list-style-type: none"> – zapoznanie się z zaawansowanymi technikami tworzenia scenarysów – interpretacja wizualna scenariusza – budowanie narracji wizualnej na potrzeby scenarysu – tworzenie scenarysów na potrzeby różnych mediów i z użyciem właściwych dla nich technik – wprowadzenie do technik pre-wizualizacji (pre-viz) – studium przypadków - analiza konkretnych scenarysów i ich realizacji – realizacja indywidualnych projektów scenarysów jako elementów częściowych rozbudowanych projektów zespołowych – praca zespołowa polegająca na łączeniu indywidualnych projektów częściowych w rozbudowany, złożony scenarys z wykorzystaniem różnorodnych technik i narzędzi. 	
Metody dydaktyczne Metody dydaktyczne wspierające osiągnięcie efektów uczenia się oraz działające na rzecz równości i równego zaangażowania wszystkich uczestników. <ul style="list-style-type: none"> – Podawcze: demonstracje i analizy wybranych przypadków, prezentacje dotyczące zagadnień teoretycznych – Angażujące: Ćwiczenia praktyczne w formie indywidualnych i grupowych projektów, praca z narzędziami cyfrowymi i tradycyjnym, dyskusje i analiza prac studentów na forum grupy, konsultacje indywidualne i grupowe z prowadzącym. 	
Literatura obowiązkowa: 1. Brown, B. (2018). <i>Sztuka operatorska. Cinematography</i> . Warszawa: Wydawnictwo Wojciech Marzec.	

2. Katz, S. D. (1991). *Film Directing Shot by Shot: Visualizing from Concept to Screen*. Los Angeles: Michael Wiese Productions.
3. Simon, M. (2010). *Storyboard – Ruch w sztuce filmowej*. Warszawa: Wydawnictwo Wojciech Marzec.

Literatura uzupełniająca:

1. Glebas, F. (2004). *Directing the story: Professional storytelling and storyboarding techniques for live action and animation*. New York, London: Routledge.
2. Harland Rousseau, D. (2013). *Storyboarding essentials: SCAD creative essentials*. New York: Watson-Guptill.

Weryfikacja efektów uczenia się		
	Forma weryfikacji	Warunek zaliczenia
Metoda 1	indywidualny projekt częściowy jako element rozbudowanych projektów scenorysów	<ul style="list-style-type: none"> – minimalna liczba punktów konieczna do zaliczenia: 21 – maksymalna liczba punktów do zdobycia: 40
Metoda 2	projekt grupowy złożonego, rozbudowanego scenorysu polegający na łączeniu indywidualnych projektów częściowych	<ul style="list-style-type: none"> – minimalna liczba punktów konieczna do zaliczenia: 20 – maksymalna liczba punktów do zdobycia: 40
Metoda 3	prezentacja indywidualnych projektów częściowych	<ul style="list-style-type: none"> – minimalna liczba punktów konieczna do zaliczenia: 10 – maksymalna liczba punktów do zdobycia: 20

Ocena końcowa

Warunkiem uzyskania oceny pozytywnej z przedmiotu jest zdobycie minimalnej liczby punktów określonej dla każdego zadania. Obecność na zajęciach jest obowiązkowa. Ocena z przedmiotu wystawiana jest na podstawie sumy punktów zgodnie z poniższą skalą i progami:

91 – 100 punktów oznacza 5 (bardzo dobry)

81 – 90 punktów oznacza 4+ (dobry plus)

71 – 80 punktów oznacza 4 (dobry)

61 – 70 punktów oznacza 3+ (dostateczny plus)

51 – 60 punktów oznacza 3 (dostateczny)

poniżej 51 punktów oznacza 2 (niedostateczny), przedmiot musi być powtórzony.

KARTA PRZEDMIOTU

Nazwa przedmiotu: Projektowanie interakcji 1		Formy: warsztaty	Obligatoryjność: specjalnościowy
Kierunek studiów: Grafika reklamowa i multimedia specjalność: Multimedia		Poziom studiów: studia pierwszego stopnia	Język wykładowy: polski
Forma studiów: studia stacjonarne (ST) studia niestacjonarne (NST)	Semestr: 3 (ST, NST)	Liczba godzin w planie studiów: studia stacjonarne: 30h studia niestacjonarne: 24h	Nakład pracy: Liczba punktów ECTS: 2 Liczba godzin pracy: 50

Miejsce przedmiotu w programie studiów

„Projektowanie interakcji 1” wprowadza osoby studiujące w zagadnienia i techniki projektowania interakcji w mediach cyfrowych. Kontynuacją jest przedmiot „Projektowanie Interakcji 2”, a pozyskane umiejętności będą rozwijane na wielu przedmiotach specjalności Multimedia oraz – w zależności od wyboru osoby studiującej – podczas pracy nad projektem dyplomowym. Dodatkowo kompetencje z obszaru VR i AR będą niezbędne podczas pracy w ramach cyklu „Wprowadzenie do pracy w środowisku wirtualnym” (5 i 6 semestr studiów).

Efekty uczenia się

Kod kierunkowego efektu uczenia się	Przedmiotowe efekty uczenia się	Weryfikacja efektów uczenia się
GRM1_W01	Student(-ka) w zaawansowanym stopniu zna zasady projektowania interakcji w mediach cyfrowych oraz rozumie, jak różne formy komunikacji wizualnej i sztuki interaktywnej wpływają na odbiorców	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_W03	Student(-ka) w zaawansowanym stopniu zna procesy projektowania interaktywnych doświadczeń z użyciem technologii takich jak VR, AR oraz aplikacje mobilnych.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_W11	Student(-ka) rozumie współczesne trendy technologiczne w projektowaniu interakcji, w tym wpływ nowych technologii na proces projektowy, sposoby angażowania użytkowników oraz na interakcję między użytkownikiem a dziełem multimedialnym, szczególnie w kontekście instalacji i aplikacji interaktywnych.	Metoda 1

GRM1_U01	Student(-ka) potrafi zaplanować i przeprowadzić proces projektowania interaktywnych doświadczeń multimedialnych, opierając się na wiedzy z zakresu projektowania oraz nowych technologii, takich jak animacje, VR, AR i mobilne aplikacje interaktywne.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_U05	Student(-ka) potrafi formułować problemy projektowe oraz analizować potrzeby użytkowników w celu opracowania rozwiązania interaktywnego o potencjale wdrożeniowym, które będzie stymulować zmysły odbiorców.	Metoda 2
GRM1_K02	Student(-ka) jest gotów(-owa) do współpracy interdyscyplinarnej z ekspertami z różnych dziedzin, takich jak technologie informatyczne, sztuki wizualne, projektowanie interaktywne oraz inne pokrewne dyscypliny, w celu tworzenia zaawansowanych projektów interaktywnych.	Metoda 1

Opis i treści programowe
warsztaty
<p>Opis: „Projektowanie interakcji 1” jest przedmiotem wprowadzającym studentów w zagadnienia i techniki projektowania interakcji w mediach cyfrowych. Kurs koncentruje się na podstawach tworzenia interaktywnych doświadczeń, które angażują zmysły użytkowników poprzez zastosowanie nowoczesnych technologii multimedialnych, w tym animacji, instalacji multimedialnych, aplikacji mobilnych oraz technologii VR (Virtual Reality) i AR (Augmented Reality).</p>
<p>Treści:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Wprowadzenie do projektowania interakcji: Zrozumienie roli interakcji w multimediami i jej wpływu na użytkownika. Omówienie różnych typów interakcji (dotyk, gest, głos) i ich zastosowania w multimediami. – Podstawy narzędzi interaktywnych: Nauka obsługi narzędzi takich jak Adobe XD, oraz wprowadzenie do Unreal Engine dla potrzeb VR/AR. – Projektowanie sensorycznych doświadczeń: Tworzenie doświadczeń, które wykorzystują wizualne i dźwiękowe aspekty multimedialne np. wizualizacje. <p>Przykładowe ćwiczenie:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Projektowanie prostej instalacji multimedialnej: Opracowanie koncepcji instalacji, która integruje różne media i stymuluje zmysły użytkownika.
<p>Metody dydaktyczne Metody dydaktyczne wspierające osiągnięcie efektów uczenia się oraz działające na rzecz równości i równego zaangażowania wszystkich uczestników.</p> <ul style="list-style-type: none"> – Podawcze, prezentacja wprowadzająca do tematu, studium przypadku, demonstracje – Angażujące: projekt, dyskusje, praca grupowa podczas zajęć, – Inkluzywne: indywidualne korekty

Literatura obowiązkowa:

1. Gałązkiewicz I. (2017). *Projektowanie doświadczeń, Słowa i Myśli*
2. Historia instalacji interaktywnych - WIDOK 5. WRO Media Art Reader, PDF
3. O'Neill, O. (2024). *Komunikacja cyfrowa*, Wydawnictwo Naukowe PWN

Weryfikacja efektów uczenia się

	Forma weryfikacji	Warunek zaliczenia
Metoda 1	Przegląd prac i ćwiczeń realizowanych podczas zajęć	<ul style="list-style-type: none">– minimalna liczba punktów konieczna do zaliczenia: 20– maksymalna liczba punktów do zdobycia: 40
Metoda 2	Projekt koncepcji prostej interaktywnej instalacji multimedialnej	<ul style="list-style-type: none">– minimalna liczba punktów konieczna do zaliczenia: 31– maksymalna liczba punktów do zdobycia: 60

Ocena końcowa

Warunkiem uzyskania oceny pozytywnej z przedmiotu jest zdobycie minimalnej liczby punktów określonej dla każdego zadania. Obecność na zajęciach jest obowiązkowa. Ocena z przedmiotu wystawiana jest na podstawie sumy punktów zgodnie z poniższą skalą i progami:

91 – 100 punktów oznacza 5 (bardzo dobry)

81 – 90 punktów oznacza 4+ (dobry plus)

71 – 80 punktów oznacza 4 (dobry)

61 – 70 punktów oznacza 3+ (dostateczny plus)

51 – 60 punktów oznacza 3 (dostateczny)

poniżej 51 punktów oznacza 2 (niedostateczny), przedmiot musi być powtórzony.

KARTA PRZEDMIOTU

Nazwa przedmiotu: Produkcja filmowa 1		Formy: warsztaty	Obligatoryjność: specjalnościowy
Kierunek studiów: Grafika reklamowa i multimedia specjalność: Multimedia		Poziom studiów: studia pierwszego stopnia	Język wykładowy: polski
Forma studiów: studia stacjonarne (ST) studia niestacjonarne (NST)	Semestr: 3 (ST, NST)	Liczba godzin w planie studiów: studia stacjonarne: 48h studia niestacjonarne: 30h	Nakład pracy: Liczba punktów ECTS: 3 Liczba godzin pracy: 75

Składowe przedmiotu

1. Organizacja planu filmowego (warsztaty) - forma stacjonarna - 18h; forma niestacjonarna - 12h
2. Produkcja filmu 1 (warsztaty) - forma stacjonarna - 30h; forma niestacjonarna - 18h

Miejsce przedmiotu w programie studiów

Przedmiot „Produkcja filmowa 1” rozwija i pogłębia kompetencje zdobyte przez osoby studiujące na „Wstępie do produkcji filmowej” (semestr 2) Składowe przedmiotu – „Organizacja planu filmowego” i „Produkcja filmu 1” są dla siebie komplementarne i rozpoczynają cykl związany z tworzeniem filmu, którego kolejne części rozwijają umiejętności z zakresu produkcji filmu („Produkcja filmowa 2”), a następnie jego montażu oraz postprodukcji. Zwieńczeniem cyklu jest możliwość wybrania filmowej pracowni dyplomowej, a zdobyte umiejętności są wykorzystywane również w ramach cyklu „Multimedia – warsztaty projektowe” oraz w trakcie praktyk zawodowych.

Efekty uczenia się

Kod kierunkowego efektu uczenia się	Przedmiotowe efekty uczenia się	Weryfikacja efektów uczenia się
GRM1_W05	Student(ka) zna i rozumie wpływ czynników ekonomicznych i prawnych na proces powstawania filmu.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_W09	Student(ka) zna i rozumie ekonomiczne, prawne i marketingowe uwarunkowania rozpoczynania i prowadzenia prac na planie filmowym, a także metody planowania, budżetowania i zarządzania projektami filmowymi.	Metoda 1 Metoda 2

GRM1_U01	Student(ka) potrafi wykorzystywać posiadaną wiedzę z zakresu teorii i praktyki sztuki do zaplanowania i poprowadzenia produkcji prostej formy filmowej.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_U02	Student(ka) potrafi dokonać selekcji, analizy i krytycznej oceny informacji z różnych źródeł na potrzeby organizacji planu filmowego.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_U04	Student(ka) potrafi zastosować zaawansowane techniki informacyjno-komunikacyjne podczas pracy zespołowej na planie filmowym, w tym delegować zadania osobom zaangażowanym w jego projekt.	Metoda 1
GRM1_U07	Student(ka) dobrać odpowiednie narzędzia warsztatu artystycznego, w tym cyfrowe techniki i technologie, do poszczególnych etapów produkcji filmowej, od preprodukcji po postprodukcję.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_U08	Student(ka) potrafi za pomocą wyobraźni, intuicji i emocjonalności proponować różnorodne ujęcia tej samej sceny charakteryzujące się odmienną stylistyką.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_U10	Student(ka) potrafi efektywnie komunikować się z wykorzystaniem specjalistycznej terminologii z zakresu produkcji filmowej.	Metoda 1
GRM1_K02	Student(ka) jest gotów(-owa) współpracować ze specjalistami z różnych dyscyplin w zakresie kierowania produkcją i motywowania zespołu filmowego.	Metoda 1 Metoda 2

Opis i treści programowe

warsztaty - Organizacja planu filmowego

Opis:

Warsztaty „Organizacja Planu Filmowego” mają na celu wyposażenie studentów w zaawansowane umiejętności i wiedzę niezbędną do efektywnego planowania i zarządzania produkcjami filmowymi. Kurs obejmuje wszystkie etapy organizacji planu filmowego, od wstępnego planowania i budżetowania, przez koordynację zespołu filmowego, aż po zarządzanie logistyką i zasobami na planie. Szczególny nacisk kładziony jest na praktyczne aspekty pracy na planie filmowym, w tym komunikację, rozwiązywanie problemów oraz zapewnienie bezpieczeństwa. Przedmiot przygotowuje studentów do pracy w dynamicznym środowisku produkcji filmowej, rozwijając ich umiejętności organizacyjne i zarządcze.

Treści:

Planowanie i budżetowanie produkcji:

- Tworzenie budżetu filmowego: identyfikacja kosztów, alokacja zasobów.
- Harmonogramowanie produkcji: tworzenie harmonogramów dnia, tygodnia i całego projektu.
- Zarządzanie finansami i kontrola kosztów.

Organizacja planu filmowego:

- Tworzenie planu zdjęciowego: lokalizacje, scenariusz zdjęć, logistyka.
- Zarządzanie czasem na planie: efektywne wykorzystanie czasu, minimalizacja opóźnień.

- Koordynacja pracy zespołu: delegowanie zadań, monitorowanie postępów.

Integracja technologii interaktywnych w produkcji filmowej.

Ćwiczenia praktyczne takie jak:

- Tworzenie budżetu filmu krótkometrażowego,
- Studenci opracowują szczegółowy budżet dla fikcyjnego projektu filmowego, uwzględniając wszystkie koszty produkcji, wynagrodzenia, wynajem sprzętu, lokacje, itp.
- Projektowanie harmonogramu planu zdjęciowego:
- Praca nad stworzeniem tygodniowego harmonogramu dla krótkometrażowego filmu, uwzględniając sceny, lokalizację, dostępność aktorów/modeli i zespołu.

Metody dydaktyczne

Metody dydaktyczne wspierające osiągnięcie efektów uczenia się oraz działające na rzecz równości i równego zaangażowania wszystkich uczestników.

- Podawcze: prezentacja, instruktaż
- Angażujące: warsztat
- Inkluzywne: konsultacje indywidualne

Literatura obowiązkowa:

1. Zabłocki, M. J. (2013). *Organizacja produkcji filmu fabularnego w Polsce*. Warszawa: Wydawnictwo Wojciech Marzec.
2. Goodell, G. (2009). *Sztuka produkcji filmowej*. Warszawa: Wydawnictwo Wojciech Marzec.

warsztaty - Produkcja filmu 1

Opis:

Celem przedmiotu jest nabycie warsztatowych umiejętności w zakresie filmowania, kompozycji obrazu oraz techniki filmowania. Osoby studiujące poznają technikę niezbędną do produkcji multimedialnej. W trakcie zajęć tworzone proste projekty. Projekt jest projektem indywidualnym. W trakcie zajęć tworzone też są proste ćwiczenia, ilustrujące w praktyczny sposób techniki oświetleniowe, ruch kamery, kompozycję obrazu.

Treści:

- Zapoznanie się z budową kamery filmowej, rodzajami obiektywów i ich praktycznym zastosowaniem
- Zapoznanie się z technikami podstawowymi filmowymi
- Światło jako narzędzie i technika narracyjna
- Portret filmowy i praca z modelem
- Wywiad - jak rozmawiać przed kamerą, szacunek i otwartość jako podstawowe umiejętności dokumentalisty

Ćwiczenie: projekt dokumentalny skupiony na jednym bohaterze pod tytułem "Ja i czas". Projekt pozwala na twórcze poszukiwania, dowolną interpretację i szeroki wachlarz możliwości kreatywnych. Ćwiczenie ma za zadania przygotować osoby studiujące do umiejętności pracy z bohaterem.

Metody dydaktyczne

Metody dydaktyczne wspierające osiągnięcie efektów uczenia się oraz działające na rzecz równości i równego zaangażowania wszystkich uczestników.

- Podawcze: prezentacja, instruktaż

- Angażujące: warsztat
- Inkluzywne: konsultacje indywidualne

Literatura obowiązkowa:

1. Braverman, B. (2013). *Cinematography, sztuka operatorska*. Warszawa: Wydawnictwo Wojciech Marzec.

Literatura uzupełniająca:

1. Bordwell, D., & Thompson, K. (2016). *Film Art. Sztuka filmowa. Wprowadzenie*. Warszawa: Wydawnictwo Wojciech Marzec.

Weryfikacja efektów uczenia się

	Forma weryfikacji	Warunek zaliczenia
Metoda 1	zadania praktyczne	<ul style="list-style-type: none"> – minimalna liczba punktów konieczna do zaliczenia: 26 – maksymalna liczba punktów do zdobycia: 50
Metoda 2	przeгляд semestralny w obecności studenta	<ul style="list-style-type: none"> – minimalna liczba punktów konieczna do zaliczenia: 25 – maksymalna liczba punktów do zdobycia: 50

Ocena końcowa

Warunkiem uzyskania oceny pozytywnej z przedmiotu jest zdobycie minimalnej liczby punktów określonej dla każdego zadania. Obecność na zajęciach jest obowiązkowa. Ocena z przedmiotu wystawiana jest na podstawie sumy punktów zgodnie z poniższą skalą i progami:

91 – 100 punktów oznacza 5 (bardzo dobry)

81 – 90 punktów oznacza 4+ (dobry plus)

71 – 80 punktów oznacza 4 (dobry)

61 – 70 punktów oznacza 3+ (dostateczny plus)

51 – 60 punktów oznacza 3 (dostateczny)

poniżej 51 punktów oznacza 2 (niedostateczny), przedmiot musi być powtórzony.

KARTA PRZEDMIOTU

Nazwa przedmiotu: Narzędzia do pracy w 3D		Formy: warsztaty	Obligatoryjność: specjalnościowy
Kierunek studiów: Grafika reklamowa i multimedia specjalność: Multimedia		Poziom studiów: studia pierwszego stopnia	Język wykładowy: polski
Forma studiów: studia stacjonarne (ST) studia niestacjonarne (NST)	Semestr: 3 (ST, NST)	Liczba godzin w planie studiów: studia stacjonarne: 30h studia niestacjonarne: 24h	Nakład pracy: Liczba punktów ECTS: 3 Liczba godzin pracy: 75

Miejsce przedmiotu w programie studiów

Przedmiot „Narzędzia do pracy w 3D” należy na specjalności Multimedia do grupy przedmiotów poświęconych nowym technologiom, w tym VR i AR. Zdobyte kompetencje w obszarze tworzenia w środowisku 3D będą wykorzystywane zarówno na cyklu „Animacja”, jak i „Projektowanie interakcji”. W zależności od podejmowanych tematów mogą być też wykorzystywane na na cyklu „Multimedia – warsztaty projektowe” oraz w pracowni dyplomowej poświęconej animacji lub VR.

Efekty uczenia się

Kod kierunkowego efektu uczenia się	Przedmiotowe efekty uczenia się	Weryfikacja efektów uczenia się
GRM1_W04	Student(ka) zna zaawansowane zasady obsługi narzędzi do pracy w 3D oraz ich zastosowanie w kreacji projektów multimedialnych, w tym do tworzenia wirtualnych modeli, rysunków koncepcyjnych oraz immersyjnych projektów w skali 1:1, z uwzględnieniem ekspresji artystycznej i zasad warsztatowych.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_W11	Student(ka) zna i rozumie współczesne trendy technologiczne w zakresie grafiki 3D oraz narzędzi stosowanych w środowisku wirtualnej rzeczywistości (VR) i rozszerzonej rzeczywistości (AR), a także ich wpływ na proces projektowania, interakcje z odbiorcą i sposób prezentacji projektów.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_U08	Student(ka) potrafi wykorzystywać wyobraźnię i intuicję do proponowania zróżnicowanych i kreatywnych rozwiązań problemów projektowych, w tym modelowania 3D, uwzględniając różne stylistyki i techniki pracy w wirtualnym środowisku.	Metoda 1 Metoda 2

GRM1_U09	Student(ka) rozwija własny warsztat artystyczny w zakresie modelowania 3D i rysunku przestrzennego, stale doskonaląc umiejętności techniczne, poznając nowe narzędzia i metody, a także pracując nad różnorodnymi projektami koncepcyjnymi	Metoda 1
GRM1_U14	Student(ka) potrafi planować i organizować proces projektowy w zakresie tworzenia grafiki 3D, zarówno indywidualnie, jak i we współpracy z zespołem interdyscyplinarnym, dbając o skuteczną komunikację i realizację zadań w środowisku wirtualnym oraz rzeczywistym.	Metoda 1 Metoda 2

Opis i treści programowe	
warsztaty	
Opis:	
<p>Celem przedmiotu <i>Narzędzia do pracy w 3D</i> jest wprowadzenie osób studiujących do zaawansowanych technologii i oprogramowania służących do tworzenia grafiki 3D, w tym do pracy w immersyjnym środowisku 3D, oraz zaprezentowanie narzędzi stosowanych w procesie wirtualnego modelowania 3D oraz koncepcyjnych rysunków przestrzennych w skali 1:1 w wirtualnym warsztacie projektanta w ramach indywidualnych realizacji zadań projektowych. Podczas realizacji indywidualnych projektów osoby studiujące rozwijają myślenie przestrzenną, które jest istotną umiejętnością w zdobywaniu dalszych kompetencji warsztatu artysty i projektanta 3D.</p>	
Treści:	
<ul style="list-style-type: none"> – Wprowadzenie do technologii 3D, omówienie przykładów ogólnie stosowanych programów 3D: ZBrush, Blender. – Wprowadzenie do immersyjnego środowiska 3D, software i hardware. – Omówienie interfejsów immersyjnych programów 3D (Tilt Brush, Gravity Sketch). – Przedstawienie zasad pracy w wirtualnym warsztacie projektanta i ćwiczenia z tego zakresu. – Omówienie zadań semestralnych polegających na stworzeniu immersyjnej narracji 3D z wykorzystaniem programu Tilt Brush / Gravity Sketch przy jednoczesnym wsparciu technicznymi i kreatywnymi możliwościami Blendera. – Przygotowywanie indywidualnych realizacji projektów odnoszących się do tematu zadania z wykorzystaniem oprogramowania immersyjnego oraz komputerowego do modelowania 3D. – Zarządzanie projektem i praca nad nim w środowisku VR i komputerowym – omówienie aspektów teoretycznych i wdrażanie ich w pracy nad indywidualnymi projektami. – Omówienie zasad transferu elementów projektu między środowiskami VR i 3D. – Prezentacja w wirtualnym showroomie. 	
Metody dydaktyczne	
<p>Metody dydaktyczne wspierające osiągnięcie efektów uczenia się oraz działające na rzecz równości i równego zaangażowania wszystkich uczestników.</p> <ul style="list-style-type: none"> – Podawcze: prezentacje multimedialne dotyczące zagadnień teoretycznych, demonstracje – Angażujące: ćwiczenia praktyczne, rozwiązywanie problemów projektowych, uczenie przez doświadczenie - ćwiczenia praktyczne przy komputerach, realizacja projektów indywidualnie i grupowo – Inkluzywne: korekty i dyskusje indywidualne i grupowe, prezentacja projektów 	

Literatura obowiązkowa:

1. Vaughan, W. (2012). *Digital Modeling*, New Riders Publishing.
2. Russo, M. (2006). *Polygonal Modeling: Basic and advanced techniques*, Wordware Publishing.
3. Syczewska, A. (2021). *Wirtualna rzeczywistość jako narzędzie staje się normą*, inAW Journal Interdyscyplinary Academic Magazine, Kraków.
4. Jennifer Whyte, Dragana Nikolić, *Virtual Reality and the Built Environment*, Routledge, 2018.

Literatura uzupełniająca:

1. Derisz, R. (2011). *3D Art Essentials: The Fundamentals of 3D Modeling, Texturing and Rendering*, Focal Press.
2. Materiały online, tutoriale: oprogramowania Tilt Brush, Gravity sketch.

Weryfikacja efektów uczenia się

	Forma weryfikacji	Warunek zaliczenia
Metoda 1	projekt polegający na stworzeniu immersyjnych narracji 3D z wykorzystaniem programu Tilt Brush / Gravity Sketch przy jednoczesnym wsparciu technicznymi i kreatywnymi możliwościami Blendera	<ul style="list-style-type: none">– minimalna liczba punktów konieczna do zaliczenia: 31– maksymalna liczba punktów do zdobycia: 60
Metoda 2	prezentacja inspiracji i konceptu projektu oraz jego prezentacja w wirtualnym showroomie	<ul style="list-style-type: none">– minimalna liczba punktów konieczna do zaliczenia: 20– maksymalna liczba punktów do zdobycia: 40

Ocena końcowa

Warunkiem uzyskania oceny pozytywnej z przedmiotu jest zdobycie minimalnej liczby punktów określonej dla każdego zadania. Obecność na zajęciach jest obowiązkowa. Ocena z przedmiotu wystawiana jest na podstawie sumy punktów zgodnie z poniższą skalą i progami:

91 – 100 punktów oznacza 5 (bardzo dobry)

81 – 90 punktów oznacza 4+ (dobry plus)

71 – 80 punktów oznacza 4 (dobry)

61 – 70 punktów oznacza 3+ (dostateczny plus)

51 – 60 punktów oznacza 3 (dostateczny)

poniżej 51 punktów oznacza 2 (niedostateczny), przedmiot musi być powtórzony.

KARTA PRZEDMIOTU

Nazwa przedmiotu: Animacja 1		Formy: warsztaty	Obligatoryjność: specjalnościowy
Kierunek studiów: Grafika reklamowa i multimedia specjalność: Multimedia		Poziom studiów: studia pierwszego stopnia	Język wykładowy: polski
Forma studiów: studia stacjonarne (ST) studia niestacjonarne (NST)	Semestr: 3 (ST, NST)	Liczba godzin w planie studiów: studia stacjonarne: 30h studia niestacjonarne: 24h	Nakład pracy: Liczba punktów ECTS: 3 Liczba godzin pracy: 75

Miejsce przedmiotu w programie studiów

Przedmiot „Animacja 1” otwiera grupę przedmiotów poświęconym zagadnieniom związanym z animacją na specjalności Multimedia. Korzysta z kompetencji dotychczas pozyskanych przez osoby studiujące na kierunkowych przedmiotach „Wstęp do animacji i postprodukcji” 1 i 2.

Wykorzystywane będą wiedza i umiejętności nabyte na wszystkich składowych tego przedmiotu, czyli „Techniki animacji i postprodukcji” 1 i 2, „Historia sztuk audiowizualnych” 1 i 2 oraz „Scenorys – podstawy”. Bezpośrednią kontynuacją „Animacji 1” będą „Animacja 2” oraz „Animacja 3”, a zdobyte kompetencje z obszaru tworzenia animacji będą wykorzystywane na warsztatach „Multimedialny przekaz reklamowy”, na cyklu „Multimedia – warsztaty projektowe” oraz w pracowni dyplomowej poświęconej animacji.

Efekty uczenia się

Kod kierunkowego efektu uczenia się	Przedmiotowe efekty uczenia się	Weryfikacja efektów uczenia się
GRM1_W01	Student(-ka) w zaawansowanym stopniu zna zasady tworzenia różnorodnych form animacji i rozumie ich wpływ na odbiorcę, także w kontekście wiedzy na temat komunikacji wizualnej, sztuki oraz współczesnych mediów.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_U05	Student(-ka) potrafi formułować i rozwiązywać problemy dotyczące realizowanych projektów z zakresu animacji, uwzględniając potrzeby rynku i użytkownika, oraz odpowiadać na te potrzeby, tworząc projekty animacyjne o potencjale komercyjnym i artystycznym z wykorzystaniem technik motion design.	Metoda 1 Metoda 2

GRM1_U07	Student(-ka) potrafi dobrać i zastosować odpowiednie techniki i narzędzia animacyjne związane z przedstawianiem ruchu obiektów do realizacji projektów animacyjnych, dostosowując je do stylu, tematyki oraz zamierzonego efektu wizualnego.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_K05	Student(-ka) jest gotów(-owa) do tworzenia projektów animacyjnych umiejętnie przedstawiającej ruch obiektów i dzięki temu angażującej odbiorców, zwłaszcza w kontekście tematów ważnych społecznie, łącząc przy tym ekspresję artystyczną z przekazem perswazyjnym i informacyjnym.	Metoda 1 Metoda 2

Opis i treści programowe
warsztaty
<p>Opis: Celem zajęć jest rozwinięcie podstawowych umiejętności osób studiujących z obszaru szeroko pojętej animacji, biorąc pod uwagę różne techniki i style oraz obowiązujące trendy. W pierwszej kolejności przedmiot utrwala i rozwija znajomość narzędzi i związane z nimi umiejętności nabyte w trakcie kursu <i>Wstęp do animacji</i>. Następnie podczas kolejnych zajęć mających charakter warsztatowy realizowane są krótkie ćwiczenia z animacji, doskonalące warsztat technik animacji. Towarzyszą one realizowanemu indywidualnie projektowi z pakietu zadań zaproponowanego przez wykładowcę. Projekt realizowany jest przez cały semestr, w trakcie którego student przechodzi przez wszystkie etapy profesjonalnego tworzenia animacji (inspiracja, storyboard, key visual, reżyseria, animacja). W ramach realizowania indywidualnych projektów semestralnych studenci rozwijają również swoje umiejętności kreatywnego myślenia, jak i indywidualną wrażliwość artystyczną.</p>
<p>Treści: Wprowadzenie do Motion Graphic Design</p> <ul style="list-style-type: none"> – zdefiniowanie Motion Design, omówienie podstawowych zagadnień i zasad charakteryzujących dobry Motion Design w odniesieniu do klasycznych zasad animacji. – omówienie zastosowań w praktyce na podstawie wybranych przykładów z reklamy, teledysków, animowanych czołówek filmowych, filmów korporacyjnych, Mappingów 3D. <p>Ćwiczenia praktyczne takie jak:</p> <ul style="list-style-type: none"> – ćwiczenia z animacji ze szczególnym uwzględnieniem pracy z masą obiektów, dynamiką i różnorodnością ruchu w celu weryfikacji podstawowych umiejętności i zasad animowania takich jak: pozy kluczowe, zwalnianie i rozpędzanie, ruch po łuku, akcja poprzedzająca, podążania za akcją. – ćwiczenia z animacji Logotypu w dowolnej technice z uwzględnieniem podstawowych 12 zasad animacji – ćwiczenie z animacji poklatkowej lub <i>stop motion</i> <p>Animowany projekt semestralny</p> <ul style="list-style-type: none"> – na podstawie wybranego zadania z puli zadań do wyboru, osoba studencka podczas całego semestru równoległe do ćwiczeń realizuje jeden większy projekt animacji – projektu animacji będzie tworzony od podstaw z wyróżnieniem i oceną poszczególnych etapów (<i>moodboard, scenopis, storyboard, style frame/key visual, animacja, montaż</i>)

Metody dydaktyczne

Metody dydaktyczne wspierające osiągnięcie efektów uczenia się oraz działające na rzecz równości i równego zaangażowania wszystkich uczestników.

- Podawcze: prezentacja multimedialna
- Angażujące: krótkie zadania na czas, realizacja indywidualnych projektów (krótkich form animowanych) w ramach zajęć, indywidualne i grupowe korekty, wspólne omówienie projektów semestralnych
- Inkluzywne: indywidualne korekty, prowadzący bierze pod uwagę zróżnicowany poziom zaawansowania studentów oraz talent artystyczny.

Literatura obowiązkowa:

1. Wellins, M. (2022). *Myśleć animacją. Podręcznik dla filmowców*, Wydawnictwo Wojciech Marzec,
2. Sitkiewicz, P. (2009). *Małe wielkie kino film animowany od narodzin do końca okresu klasycznego*, słowo/obraz terytoria

Literatura uzupełniająca:

1. Beck, J. (2006). *Sztuka animacji. Od ołówka do piksela. Historia filmu animowanego*, Arkady
2. Blazer, L. (2019). *Animated Storytelling*, Pearson Education
3. Frukacz, M. (2008). *24 klatki na sekundę. Rozmowy o animacji*, Lokator

Weryfikacja efektów uczenia się

	Forma weryfikacji	Warunek zaliczenia
Metoda 1	zadania zaliczeniowe z animacji podczas zajęć	<ul style="list-style-type: none">– minimalna liczba punktów konieczna do zaliczenia: 26– maksymalna liczba punktów do zdobycia: 50
Metoda 2	indywidualny projekt animacji z uwzględnieniem poszczególnych etapów jej realizacji: moodboard, scenopis, storyboard, style frame/key visual, animacja, montaż	<ul style="list-style-type: none">– minimalna liczba punktów konieczna do zaliczenia: 25– maksymalna liczba punktów do zdobycia: 50

Ocena końcowa

Warunkiem uzyskania oceny pozytywnej z przedmiotu jest zdobycie minimalnej liczby punktów określonej dla każdego zadania. Obecność na zajęciach jest obowiązkowa. Ocena z przedmiotu wystawiana jest na podstawie sumy punktów zgodnie z poniższą skalą i progami:

91 – 100 punktów oznacza 5 (bardzo dobry)

81 – 90 punktów oznacza 4+ (dobry plus)

71 – 80 punktów oznacza 4 (dobry)

61 – 70 punktów oznacza 3+ (dostateczny plus)

55 – 60 punktów oznacza 3 (dostateczny)

poniżej 51 punktów oznacza 2 (niedostateczny), przedmiot musi być powtórzony.

SEMESTR 4

KARTA PRZEDMIOTU

Nazwa przedmiotu: Fotografia 2		Formy: warsztaty	Obligatoryjność: obowiązkowy
Kierunek studiów: Grafika reklamowa i multimedia		Poziom studiów: studia pierwszego stopnia	Język wykładowy: polski
specjalność: -			
Forma studiów: studia stacjonarne (ST) studia niestacjonarne (NST)	Semestr: 4 (ST, NST)	Liczba godzin w planie studiów: studia stacjonarne: 30h studia niestacjonarne: 24h	Nakład pracy: Liczba punktów ECTS: 2 Liczba godzin pracy: 50

Miejsce przedmiotu w programie studiów

„Fotografia 2” należy do grupy przedmiotów podstawowych, kierunkowych. Do jego realizacji potrzebne są kompetencje z zakresu warsztatu artystycznego pozyskane na obu częściach „Rysunku i kompozycji”, narzędziowe z zakresu edycji grafiki rastrowej oraz z zakresu warsztatu fotograficznego pozyskane w poprzednim semestrze na przedmiocie „Fotografia 1”. Przedmiot „Fotografia 2” uzupełnia umiejętności osób studiujących o kompetencje w zakresie fotografii artystycznej i plenerowej. Dzięki znajomości zasad, technik, metodologii oraz terminologii związanej z fotografią studyjną i plenerową, osoby studiujące są również przygotowane do efektywnej współpracy ze specjalistami z tego zakresu.

Efekty uczenia się

Kod kierunkowego efektu uczenia się	Przedmiotowe efekty uczenia się	Weryfikacja efektów uczenia się
GRM1_W04	Student(ka) zna zaawansowane techniki fotografii studyjnej i plenerowej oraz rozumie, jak zastosować zasady kompozycji, oświetlenia i postprodukcji w realizacji projektów fotograficznych z zakresu fotografii produktowej, portretowej oraz eksperymentalnej.	Metoda 2
GRM1_W10	Student(ka) rozumie ewolucję fotografii w kontekście sztuk wizualnych, w szczególności w odniesieniu do fotografii produktowej, portretowej i eksperymentalnej, oraz w zaawansowanym stopniu zna wpływ współczesnych trendów i dzieł sztuki na tworzenie tego typu fotografii.	Metoda 1 Metoda 2

GRM1_U06	Student(ka) potrafi twórczo wykorzystywać ekspresję artystyczną w fotografii poprzez eksperymentowanie z zaawansowanymi technikami, tworząc projekty oparte na własnych koncepcjach artystycznych i umiejętnościach technicznych, zwłaszcza w zakresie fotografii produktowej i portretowej.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_U07	Student(ka) potrafi dobrać odpowiednie narzędzia i technologie do zaawansowanej fotografii studyjnej, plenerowej, produktowej i portretowej, skutecznie realizując złożone projekty fotograficzne.	Metoda 2
GRM1_U13	Student(ka) potrafi efektywnie prezentować i uzasadniać swoje projekty fotograficzne z zakresu fotografii produktowej, portretowej i eksperymentalnej, uwzględniając specyficzne wymagania odbiorców i kontekst, w którym praca zostanie zaprezentowana, np. w ramach wystaw, kampanii reklamowych lub publikacji.	Metoda 1
GRM1_K02	Student(ka) jest gotów(-owa) do konstruktywnej współpracy z innymi specjalistami, w tym grafikami, projektantami i specjalistami z branży mediów, w celu realizacji kompleksowych projektów fotograficznych z zakresu fotografii produktowej, portretowej i eksperymentalnej.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_K03	Student(ka) jest gotów(-owa) do kreatywnego korzystania z własnej wyobraźni, intuicji i wrażliwości artystycznej, aby elastycznie reagować na zmienne warunki pracy w fotografii plenerowej oraz w trakcie realizacji zaawansowanych projektów fotograficznych z zakresu fotografii produktowej, portretowej i eksperymentalnej.	Metoda 2

Opis i treści programowe

warsztaty

Opis:

Fotografia 2 jest kontynuacją kursu Fotografia 1, wprowadzając studentów w bardziej zaawansowane techniki fotograficzne, z naciskiem na praktyczne umiejętności pracy w studio i plenerze. Kurs koncentruje się na fotografii produktowej, portretowej oraz eksperymentalnej, rozwijając umiejętność tworzenia artystycznych obrazów fotograficznych.

Treści:

Praca w studio fotograficznym:

- światło studyjne – praktyczne zastosowanie różnych rodzajów światła studyjnego, takich jak światło stałe, lampy błyskowe oraz różne modyfikatory
- osprzęt studyjny – zapoznanie z technicznym wyposażeniem studia, obejmującym statywy, uchwyty, wyzwalacze, reflektory oraz systemy mocowania tła
- techniki oświetleniowe studyjne – wprowadzenie do kluczowych technik oświetleniowych, takich jak Rembrandt, Split Lighting, Butterfly czy High-Key i Low-Key.
- organizacja pracy w studio – zarządzanie przestrzenią roboczą, planowanie sesji oraz współpraca z zespołem lub klientem.

Praktyka fotografowania różnego rodzaju produktów/obiektów:

- produkty płaskie,
- produkty przestrzenne,
- produkty odbijający światło,
- kreatywna fotografia produktowa – zastosowanie w praktyce metafory.

Praca nad fotografią portretową, w tym techniki uchwycenia osobowości i emocji osoby pozującej:

- omówienie różnych rodzajów portretów oraz sposobów nawiązywania relacji z fotografowanymi osobami,
- stosowanie technik oświetleniowych portretowych,
- praca z modelem,
- ćwiczenia w zakresie fotografii wizerunkowej,
- tworzenie portretów kreatywnych.

Fotografia plenerowa:

- specyfikacja światła plenerowego,
- imitowanie światła studyjnego w plenerze.

Metody dydaktyczne

Metody dydaktyczne wspierające osiągnięcie efektów uczenia się oraz działające na rzecz równości i równego zaangażowania wszystkich uczestników.

- Podawcze: prezentacje multimedialne dotyczące omawianych treści
- Angażujące: realizacja indywidualnych projektów fotograficznych w ramach zajęć (tematyczne sesje zdjęciowe), praca w studio fotograficznym – praca w małych grupach nad projektami fotograficznymi umożliwiającą wymianę doświadczeń, rozwój umiejętności współpracy oraz wspólne rozwiązywanie problemów)
- Inkluzywne: indywidualne korekty, prowadzący bierze pod uwagę zróżnicowany poziom zaawansowania studentów oraz różnice w stylach uczenia się, dostosowując zadania i tempo pracy do indywidualnych potrzeb.

Literatura obowiązkowa:

1. Hunter F., Biver S. Fuqua P., (2022). *Światło w fotografii. Magia i nauka*, Wydawnictwo Galaktyka
2. Sontag, S. (2023). *O fotografii, Karakter*

Literatura uzupełniająca:

1. Shore, S. (2020) *The Nature of Photographs*. New York: Phaidon Press
2. Flusser, V. (2015). *Ku filozofii fotografii, Aletheia*
3. Barthes, R. (2008). *Światło obrazu Uwagi o fotografii, Aletheia*
4. Kelby, S. (2012). *Światła, ujęcie, retusz : od pustego studia do gotowej fotografii, Helion*

Weryfikacja efektów uczenia się		
	Forma weryfikacji	Warunek zaliczenia
Metoda 1	portfolio zdjęciowe zawierające prace fotograficzne realizowane w semestrze	<ul style="list-style-type: none"> – minimalna liczba punktów konieczna do zaliczenia: 21 – maksymalna liczba punktów do zdobycia: 40
Metoda 2	ćwiczenia warsztatowe polegające na realizacji serii zdjęć tematycznych podczas zajęć w ramach indywidualnych projektów fotograficznych	<ul style="list-style-type: none"> – minimalna liczba punktów konieczna do zaliczenia: 30 – maksymalna liczba punktów do zdobycia: 60

Ocena końcowa
<p>Warunkiem uzyskania oceny pozytywnej z przedmiotu jest zdobycie minimalnej liczby punktów określonej dla każdego zadania. Obecność na zajęciach jest obowiązkowa. Ocena z przedmiotu wystawiana jest na podstawie sumy punktów zgodnie z poniższą skalą i progami:</p> <p>91 – 100 punktów oznacza 5 (bardzo dobry) 81 – 90 punktów oznacza 4+ (dobry plus) 71 – 80 punktów oznacza 4 (dobry) 61 – 70 punktów oznacza 3+ (dostateczny plus) 51 – 60 punktów oznacza 3 (dostateczny) poniżej 51 punktów oznacza 2 (niedostateczny), przedmiot musi być powtórzony.</p>

KARTA PRZEDMIOTU

Nazwa przedmiotu: Proseminarium		Formy: seminarium	Obligatoryjność: obowiązkowy
Kierunek studiów: Grafika reklamowa i multimedia specjalność: -		Poziom studiów: studia pierwszego stopnia	Język wykładowy: polski
Forma studiów: studia stacjonarne (ST) studia niestacjonarne (NST)	Semestr: 4 (ST) 5 (NST)	Liczba godzin w planie studiów: studia stacjonarne: 30 studia niestacjonarne: 24	Nakład pracy: Liczba punktów ECTS: 2 Liczba godzin pracy: 50

Miejsce przedmiotu w programie studiów

Przedmiot „Proseminarium” domyka cykl przygotowań do pisania pracy dyplomowej. W poprzednich semestrach osoby studiujące poznały szeroki kontekst kulturowy, społeczny i rynkowy działań projektowych oraz poznały zasady pisania tekstów akademickich na przedmiocie „Socjologia sztuki i projektowania”, który wraz z przedmiotem „Podstawy krytycznego myślenia” przygotował osoby studiujące do samodzielnego przygotowania analizy z zakresu nauk o komunikacji społecznej i mediach. Kompetencje w zakresie samodzielnego opracowania tekstu akademickiego, nabyte w ramach tego przedmiotu, będą niezbędne już w kolejnym semestrze „Seminarium dyplomowym 1”.

Efekty uczenia się

Kod kierunkowego efektu uczenia się	Przedmiotowe efekty uczenia się	Weryfikacja efektów uczenia się
GRM1_W03	Student(ka) zna i rozumie zasady i przebieg procesów niezbędnych do przygotowania pracy dyplomowej z zakresu grafiki użytkowej, interaktywnej lub multimedialnych.	Metoda 1
GRM1_W07	Student(ka) zna i rozumie pojęcia z zakresu ochrony własności intelektualnej i praw autorskich w obszarze projektowania oraz kwestie potencjalnego plagiatu i zagrożenia z tym związane na poziomie przygotowania pracy dyplomowej.	Metoda 1
GRM1_U02	Student(ka) potrafi dokonać selekcji, analizy i krytycznej oceny informacji na potrzeby wstępnego definiowania problemu projektowego własnej pracy dyplomowej z obszaru grafiki użytkowej, interaktywnej lub multimedialnych.	Metoda 1

GRM1_U03	Student(ka) potrafi dobrać narzędzia badawcze i analityczne do sformułowania wybranego problemu projektowego prezentowanego w pracy dyplomowej z zakresu z zakresu grafiki użytkowej, interaktywnej lub multimedialnych.	Metoda 1
GRM1_U05	Student(ka) potrafi formułować problem projektowy definiujący temat i treść pracy dyplomowej z zakresu grafiki użytkowej, interaktywnej lub multimedialnych.	Metoda 1

Opis i treści programowe

seminarium

Opis:

Proseminarium ma na celu przygotowanie studentów do pisania pracy dyplomowej, rozwijając ich umiejętności badawcze, projektowe. Zajęcia będą obejmowały wprowadzenie do wymogów formalnych pracy dyplomowej, omówienie zasad ochrony własności intelektualnej oraz prawa autorskiego, jak również naukę metod efektywnego pozyskiwania, organizowania i analizowania informacji. Przedmiot jest prowadzony w formie seminariów, podczas których studenci aktywnie uczestniczą w dyskusjach nad wybranymi tematami projektów, analizując konkretne przypadki problemów projektowych związanych z grafiką reklamową, multimediami lub projektowaniem zorientowanym na użytkownika. Celem zajęć jest wstępne przygotowanie koncepcji pracy w zakresie praktycznym i teoretycznym pracy dyplomowej, co umożliwi studentom stworzenie spójnej pracy końcowej realizowanej podczas Seminarium dyplomowego 1 i Seminarium dyplomowego 2.

Treści:

1. Zapoznanie z organizacją procesu dyplomowania

Zapoznanie się z procedurami i wymaganiami związanymi z procesem dyplomowania:

- Formalności: harmonogramy, dokumentacja, zasady oceniania pracy dyplomowej oraz wymogi formalne dotyczące jej struktury.
- Rola różnych osób i jednostek wspierających proces dyplomowania, takich jak promotor, komisja egzaminacyjna, oraz pracownicy dziekanatu.
- Uczelniany harmonogram, i terminy złożenia pracy dyplomowej.

2. Wprowadzenie do definiowania problemu projektowego

- Zasady formułowania i definiowania problemu badawczego i projektowego,
- Techniki i narzędzia pomocne w analizie problemu projektowego i sposoby określania celów,
- Istotność i wykonalność w określonym czasie problemu projektowego.

3. Metodologia badań w kontekście projektowania

Wybrane metody badawcze stosowane w procesie projektowym, przydatne w procesie przygotowania pracy dyplomowej:

- Badania eksploracyjne
- Badania użytkowników
- Badania generatywne
- Prototypowanie i testy użyteczności

4. Zagadnienia związane z prawami autorskimi

- Dobre praktyki dotyczące korzystania z cudzych materiałów.

- Zasady prawidłowego cytowania i jak unikać nieświadomego przywłaszczenia cudzego dorobku naukowego.
- Narzędzia antyplagiatowe i narzędzia sprawdzające oryginalność pracy (np. JSA).

5. Zagadnienia związane z bibliografią i biblioteką

- Zasady sporządzania bibliografii.
- Zasady cytowania zgodne ze standardami Uczelni.
- Typy źródeł (książki, artykuły naukowe, raporty, strony internetowe oraz prace niepublikowane) jak również zasady ich doboru.
- Zasady korzystania z zasobów bibliotek cyfrowych i baz danych oraz sposoby wyszukiwania literatury specjalistycznej, niezbędnej do stworzenia podstaw teoretycznych pracy.

6. Definiowanie problemu projektowego

Wybór problemu projektowego jest konsultowany z przyszłym promotorem w wybranej specjalności.

- Studenci definiują własny problem projektowy, który będą rozwiązywać na etapie Seminarium 1.
- Studenci tworzą konspekt i harmonogram pracy dyplomowej.

Metody dydaktyczne

Metody dydaktyczne wspierające osiągnięcie efektów uczenia się oraz działające na rzecz równości i równego zaangażowania wszystkich uczestników.

Podawcze:

- Prezentacje porządkujące treści omawiane podczas proseminarium i wyjaśniające cel i strukturę zajęć.

Angażujące:

- Sesje Q&A, w trakcie których osoby studiujące mogą zgłosić pytania dotyczące przygotowania projektu dyplomowego oraz przebiegu egzaminu dyplomowego.

Inkluzywne:

- Indywidualne konsultacje dotyczące konspektów prac

Literatura obowiązkowa:

1. Standardy prac dyplomowych.
2. J. Majchrzak, T. Mendel: *Metodyka pisania prac magisterskich i dyplomowych: poradnik pisania prac promocyjnych oraz innych opracowań naukowych wraz z przygotowaniem ich do obrony lub publikacji*, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu, Poznań 200

Literatura uzupełniająca:

1. Blaschke K., *Plagiat. Uwagi dla studentów, promotorów i recenzentów*, Kraków, WSE, 2021

Weryfikacja efektów uczenia się		
	Forma weryfikacji	Warunek zaliczenia
Metoda 1	Przygotowanie ogólnej koncepcji/konspektu pracy: temat pracy, cel/cele pracy kontekst teoretyczny, metodologie badawcze, zarys studium problemowego, literatura, struktura pracy oraz wstępny harmonogram prac.	<ul style="list-style-type: none"> – minimalna liczba punktów konieczna do zaliczenia: 51 – maksymalna liczba punktów do zdobycia: 100

Ocena końcowa
<p>Warunkiem uzyskania oceny pozytywnej z przedmiotu jest zdobycie minimalnej liczby punktów określonej dla każdego zadania. Obecność na zajęciach jest obowiązkowa. Ocena z przedmiotu wystawiana jest na podstawie sumy punktów zgodnie z poniższą skalą i progami:</p> <p>91 – 100 punktów oznacza 5 (bardzo dobry) 81 – 90 punktów oznacza 4+ (dobry plus) 71 – 80 punktów oznacza 4 (dobry) 61 – 70 punktów oznacza 3+ (dostateczny plus) 51 – 60 punktów oznacza 3 (dostateczny) poniżej 51 punktów oznacza 2 (niedostateczny), przedmiot musi być powtórzony.</p>

KARTA PRZEDMIOTU

Nazwa przedmiotu: Praktyka zawodowa 1		Formy: praktyka	Obligatoryjność: fakultatywny
Kierunek studiów: Grafika reklamowa i multimedia specjalność: -		Poziom studiów: studia pierwszego stopnia	Język wykładowy: polski
Forma studiów: studia stacjonarne (ST) studia niestacjonarne (NST)	Semestr: 4 (ST, NST)	Liczba godzin w planie studiów: studia stacjonarne: 320h studia niestacjonarne: 320h	Nakład pracy: Liczba punktów ECTS: 8 Liczba godzin pracy: 200

Miejsce przedmiotu w programie studiów

„Praktyka zawodowa 1” otwiera cykl praktyk, które uzupełniają program studiów o profilu praktycznym o rynkowy, zawodowy kontekst pracy projektanta różnych specjalności. Przedmiot przypisany jest do semestru 4., ale rozliczenie praktyk może się odbyć też w trybie rocznym. W trakcie praktyk osoby studiujące wykorzystują wiedzę, umiejętności i kompetencje społeczne pozyskane w trakcie poprzednich semestrów studiów. Dzięki możliwości wyboru miejsca praktyk osoby studiujące zyskują możliwość elastycznego kształtowania swojej ścieżki kariery i decydowania, który aspekt pracy projektanta chcą poznać szerzej. Doświadczenia zdobywane podczas praktyki służą też jako punkt odniesienia podczas pracy na kolejnych przedmiotach w toku studiów.

Efekty uczenia się

Kod kierunkowego efektu uczenia się	Przedmiotowe efekty uczenia się	Weryfikacja efektów uczenia się
specjalność: projektowanie graficzne		
GRM1_W05	Student(ka) zna i rozumie ekonomiczne oraz prawne uwarunkowania tworzenia i implementacji projektów graficznych właściwe dla instytucji, w której realizowana jest praktyka zawodowa.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_W07	Student(ka) zna i rozumie zasady ochrony własności intelektualnej w kontekście realizowanych zadań zleczanych przez praktykodawcę z zakresu projektowania graficznego.	Metoda 1 Metoda 2

GRM1_W08	Student(ka) zna i rozumie zasady bezpieczeństwa i BHP mające zastosowanie w pracy projektanta(-ki) grafiki użytkowej w strukturach organizacyjnych firm kreatywnych, w tym agencjach reklamowych, studiach graficznych czy wydawnictwach.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_W09	Student(ka) posiada wiedzę na temat zasad rozliczania godzin pracy w branży projektowania graficznego, zarówno w kontekście pracy etatowej, jak i projektów realizowanych na zlecenie. Rozumie, jak szacować czas potrzebny na realizację poszczególnych etapów projektu, takich jak konsultacje z klientem, przygotowanie koncepcji, projektowanie, nanoszenie poprawek, a także finalizowanie i przekazywanie projektu.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_W11	Student(ka) posiada zaawansowaną wiedzę na temat współczesnych trendów technologicznych w tworzeniu grafiki użytkowej, obejmującą zarówno narzędzia, jak i techniki wykorzystywane przez profesjonalistów w instytucji, w której realizowana jest praktyka zawodowa.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_W12	Student(ka) zna i rozumie wpływ projektów graficznych na kształtowanie opinii publicznej, wartości kulturowych i społecznych, a także ich rolę w kreowaniu trendów oraz budowaniu tożsamości marek i organizacji.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_U02	Student(ka) potrafi dokonać selekcji i oceny informacji niezbędnych do realizacji zadań wyznaczonych przez praktykodawcę w zakresie projektowania graficznego.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_U05	Student(ka) potrafi formułować problemy i założenia projektowe w oparciu o brief praktykodawcy w zakresie projektowania graficznego.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_U07	Student(ka) potrafi dobrać odpowiednie narzędzia warsztatu artystycznego, w tym cyfrowe techniki i technologie, do realizacji projektów typu ulotki, wizytówki, plakaty itp.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_U10	Student(ka) potrafi posługiwać się językiem branżowym adekwatnym do realizowanego zadania w zakresie projektowania graficznego.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_U14	Student(ka) potrafi planować i organizować indywidualny proces projektowy w zakresie projektowania graficznego, co obejmuje zarówno rozwój koncepcji, jak i realizację konkretnych zadań projektowych oraz przyjmować konstruktywną ocenę własnej pracy.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_U15	Student(ka) potrafi korzystać z platform edukacyjnych, forów internetowych i społeczności zawodowej, aby być na bieżąco z najlepszymi praktykami oraz z przykładami rozwiązań stosowanych przez liderów branży projektowania graficznego.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_K02	Student(ka) jest gotów(-owa) do wykorzystania wiedzy i doświadczenia zdobytych podczas studiów i podjęcia współpracy z praktykodawcą w zakresie projektowania graficznego.	Metoda 1 Metoda 2

specjalność: multimedia		
GRM1_W05	Student(ka) zna i rozumie ekonomiczne oraz prawne uwarunkowania tworzenia i implementacji projektów audiowizualnych, właściwych dla instytucji, w której realizowana jest praktyka zawodowa.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_W07	Student(ka) zna i rozumie zasady ochrony własności intelektualnej w kontekście realizowanych zadań zleczanych przez praktykodawcę z zakresu projektowania multimedialnych.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_W08	Student(ka) zna i rozumie zasady bezpieczeństwa i BHP mające zastosowanie w pracy projektanta(-ki) grafiki użytkowej w strukturach organizacyjnych firm kreatywnych, zwłaszcza w agencjach reklamowych i na planie filmowym.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_W09	Student(ka) posiada wiedzę na temat zasad rozliczania godzin pracy w branży projektowania audiowizualnego, zarówno w kontekście pracy etatowej, jak i projektów realizowanych na zlecenie. Rozumie, jak szacować czas potrzebny na realizację poszczególnych etapów projektu, takich jak konsultacje z klientem, przygotowanie koncepcji, projektowanie, nanoszenie poprawek, a także finalizowanie i przekazywanie projektu.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_W11	Student(ka) posiada zaawansowaną wiedzę na temat współczesnych trendów technologicznych w tworzeniu projektów audiowizualnych, obejmującą zarówno narzędzia, jak i techniki wykorzystywane przez profesjonalistów w instytucji, w której realizowana jest praktyka zawodowa.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_W12	Student(ka) rozumie wpływ projektów audiowizualnych na kształtowanie opinii publicznej, wartości kulturowych i społecznych, a także ich rolę w kreowaniu trendów oraz budowaniu tożsamości marek i organizacji.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_U02	Student(ka) potrafi dokonać selekcji i oceny informacji niezbędnych do realizacji zadań wyznaczonych przez praktykodawcę w zakresie multimedialnych.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_U05	Student(ka) potrafi formułować problemy i założenia projektowe w oparciu o brief praktykodawcy w zakresie multimedialnych.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_U07	Student(ka) potrafi dobrać odpowiednie narzędzia warsztatu artystycznego, w tym cyfrowe techniki i technologie, do realizacji projektów typu krótkie filmy, animacje, intro do wideo itp.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_U10	Student(ka) potrafi posługiwać się językiem branżowym adekwatnym do realizowanego zadania w zakresie projektowania audiowizualnego.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_U14	Student(ka) potrafi planować i organizować indywidualny proces projektowy w zakresie projektów audiowizualnych, co obejmuje zarówno rozwój koncepcji, jak i realizację konkretnych zadań projektowych oraz przyjmować konstruktywną ocenę własnej pracy.	Metoda 1 Metoda 2

GRM1_U15	Student(ka) potrafi korzystać z platform edukacyjnych, forów internetowych i społeczności zawodowej, aby być na bieżąco z najlepszymi praktykami oraz z przykładami rozwiązań stosowanych przez liderów branży projektowania audiowizualnego.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_K02	Student(ka) jest gotów (owa) do wykorzystania wiedzy i doświadczenia zdobytych podczas studiów i podjęcia współpracy z praktykodawcą w zakresie multimediiów.	Metoda 1 Metoda 2
specjalność: projektowanie zorientowane na użytkownika (UX)		
GRM1_W05	Student(ka) zna i rozumie ekonomiczne oraz prawne uwarunkowania tworzenia i implementacji projektów z zakresu projektowania zorientowanego na użytkownika właściwe dla instytucji, w której realizowana jest praktyka zawodowa.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_W07	Student(ka) zna i rozumie wykorzystać zasady ochrony własności intelektualnej w kontekście realizowanych zadań zleczanych przez praktykodawcę z zakresu projektowania zorientowanego na użytkownika.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_W08	Student(ka) zna i rozumie zasady bezpieczeństwa i BHP mające zastosowanie w pracy projektanta(-ki) grafiki użytkowej w strukturach organizacyjnych firm kreatywnych, zwłaszcza w firmach deweloperskich.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_W09	Student(ka) posiada wiedzę na temat zasad rozliczania godzin pracy w branży projektowania zorientowanego na użytkownika (UX), zarówno w kontekście pracy etatowej, jak i projektów realizowanych na zlecenie. Rozumie, jak szacować czas potrzebny na realizację poszczególnych etapów projektu, takich jak konsultacje z klientem, przygotowanie koncepcji, projektowanie, nanoszenie poprawek, a także finalizowanie i przekazywanie projektu.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_W11	Student(ka) posiada zaawansowaną wiedzę na temat współczesnych trendów technologicznych w tworzeniu projektów zorientowanych na użytkownika (UX), obejmującą zarówno narzędzia, jak i techniki wykorzystywane przez profesjonalistów w w instytucji, w której realizowana jest praktyka zawodowa.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_W12	Student(ka) rozumie wpływ projektów zorientowanych na użytkownika (UX) na kształtowanie opinii publicznej, wartości kulturowych i społecznych, a także ich rolę w kreowaniu trendów oraz budowaniu tożsamości marek i organizacji.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_U02	Student(ka) potrafi dokonać selekcji i oceny informacji niezbędnych do realizacji zadań wyznaczonych przez praktykodawcę w zakresie projektowania zorientowanego na użytkownika.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_U05	Student(ka) potrafi formułować problemy i założenia projektowe w oparciu o brief praktykodawcy w zakresie projektowania zorientowanego na użytkownika (UX).	Metoda 1 Metoda 2

GRM1_U07	Student(ka) potrafi dobrać odpowiednie narzędzia warsztatu artystycznego, w tym cyfrowe techniki i technologie, do realizacji projektów typu proste materiały na stronę internetową lub do aplikacji itp.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_U10	Student(ka) potrafi posługiwać się językiem branżowym adekwatnym do realizowanego zadania w zakresie projektowania zorientowanego na użytkownika (UX).	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_U14	Student(ka) potrafi planować i organizować indywidualny proces projektowy w zakresie projektowania zorientowanego na użytkownika (UX) co obejmuje zarówno rozwój koncepcji, jak i realizację konkretnych zadań projektowych oraz przyjmować konstruktywną ocenę własnej pracy.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_U15	Student(ka) potrafi korzystać z platform edukacyjnych, forów internetowych i społeczności zawodowej, aby być na bieżąco z najlepszymi praktykami oraz z przykładami rozwiązań stosowanych przez liderów branży projektowania zorientowanego na użytkownika (UX).	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_K02	Student(ka) jest gotów(-owa) do wykorzystania wiedzy i doświadczenia zdobytych podczas studiów i podjęcia współpracy z praktykodawcą w zakresie projektowania zorientowanego na użytkownika.	Metoda 1 Metoda 2

Opis i treści programowe

Praktyka zawodowa 1

Opis:

Praktyka zawodowa 1 na kierunku *Grafika reklamowa i multimedia* to wprowadzenie studentów w środowisko pracy zawodowej w branży kreatywnej. Jest to pierwszy etap praktycznego zdobywania doświadczenia, który ma na celu zrozumienie podstaw funkcjonowania przedsiębiorstw związanych z branżą artystyczną i projektową, a także nabycie kluczowych umiejętności związanych z pracą w zespole oraz realizacją projektów graficznych i multimedialnych. *Praktyka zawodowa 1* umożliwi studentom zdobycie podstawowego doświadczenia w środowisku pracy, które będzie solidną podstawą do dalszego rozwijania umiejętności technicznych i zawodowych w kolejnych latach studiów.

Treści:

Wprowadzenie do środowiska zawodowego:

- Charakterystyka branży projektowej, grafiki reklamowej i multimedialnych.
- Struktura organizacyjna firm kreatywnych: agencje reklamowe, studia graficzne, domy produkcyjne, firmy deweloperskie.
- Procesy produkcyjne w branży: od briefu klienta do realizacji projektu.

Podstawy współpracy w zespole projektowym:

- Rola komunikacji w zespole: narzędzia i techniki.
- Przyjmowanie zleceń od klienta: zbieranie wymagań, analizowanie potrzeb.
- Prezentacja wyników pracy oraz przyjmowanie feedbacku.

Realizacja prostych projektów graficznych, multimedialnych UX i UI:

- Tworzenie prostych materiałów graficznych: ulotek, wizytówek, plakatów.
- Realizacja podstawowych projektów multimedialnych: krótkie filmy, animacje, intro do wideo.
- Tworzenie prostych materiałów na stronę internetową lub do aplikacji.

Organizacja pracy i zarządzanie czasem:

- Planowanie działań projektowych: ustalanie harmonogramu, wyznaczenie priorytetów.
- Zasady organizacji własnego miejsca pracy oraz zarządzania materiałami projektowymi.
- Praca z oprogramowaniem do zarządzania projektami i zadań (np. Trello, Asana).

Literatura obowiązkowa:

1. Materiały udostępnione przez praktykodawcę

Metody dydaktyczne

Metody dydaktyczne wspierające osiągnięcie efektów uczenia się oraz działające na rzecz równości i równego zaangażowania wszystkich uczestników.

Podawcze:

- **Instruktaż techniczny** – Szczegółowe prezentacje i instrukcje dotyczące narzędzi graficznych i oprogramowania. Studenci mogą zapoznać się z funkcjami i technikami przydatnymi w projektowaniu materiałów reklamowych i edytorskich.
- **Studium przypadku** – Przykłady realnych projektów, omawiane z opiekunem praktyk, aby zrozumieć proces od briefu do realizacji.

Angażujące:

- **Praktyczne zadania projektowe** – Tworzenie projektów dla rzeczywistego klienta lub projektu symulacyjnego. Pozwala to studentom na zastosowanie zdobytej wiedzy w praktyce.

Inkluzywne:

- **Umożliwienie różnorodnych form prezentacji** – Studenci mogą wybierać różne formy prezentacji swoich prac (wideo, animacje, aplikacje), co pozwala na dostosowanie do różnych umiejętności i preferencji.
- **Feedback z różnorodnych źródeł** – Opinie od różnych osób (mentorów, rówieśników, klientów) na temat projektów studentów, co wspiera szeroką ocenę i rozwój umiejętności w różnych obszarach.
- **Indywidualne sesje mentorskie** – Spotkania z mentorem, które umożliwiają dostosowanie wsparcia do indywidualnych potrzeb studentów oraz pomagają w rozwiązywaniu problemów napotkanych w trakcie realizacji projektów.

Weryfikacja efektów uczenia się		
	Forma weryfikacji	Warunek zaliczenia
Metoda 1	Raport Część I [uzupełnia student(ka)] Raport realizacji praktyki zawodowej uwzględniający opis miejsca realizacji praktyk, rolę studenta/ki w firmie, opis kluczowych realizowanych zadań, a także refleksję nt. zdobytej wiedzy i nabytych umiejętności i kompetencjach społecznych oraz strategii działań zawodowych w przyszłości.	<ul style="list-style-type: none"> – minimalna liczba punktów konieczna do zaliczenia: 28 – maksymalna liczba punktów do zdobycia: 55
Metoda 2	Raport Część II [uzupełnia praktykodawca] Raport uwzględniający ocenę praktykodawcy zakresu osiągniętych przez studenta/ki efektów uczenia się w trakcie realizacji praktyk oraz opinię uzasadniającą wystawioną ocenę.	<ul style="list-style-type: none"> – minimalna liczba punktów konieczna do zaliczenia: 23 – maksymalna liczba punktów do zdobycia: 45

Ocena końcowa
<p>Warunkiem uzyskania oceny pozytywnej z przedmiotu jest zdobycie minimalnej liczby punktów określonej dla każdego zadania. Obecność na praktykach zawodowych jest obowiązkowa. Ocena z przedmiotu wystawiana jest na podstawie sumy punktów zgodnie z poniższą skalą i progami:</p> <p>91 – 100 punktów oznacza 5 (bardzo dobry) 81 – 90 punktów oznacza 4+ (dobry plus) 71 – 80 punktów oznacza 4 (dobry) 61 – 70 punktów oznacza 3+ (dostateczny plus) 51 – 60 punktów oznacza 3 (dostateczny) poniżej 51 punktów oznacza 2 (niedostateczny), przedmiot musi być powtórzony.</p>

KARTA PRZEDMIOTU

Nazwa przedmiotu: Projektowanie uniwersalne 1		Formy: wykład, warsztaty	Obligatoryjność: obowiązkowy
Kierunek studiów: Grafika reklamowa i multimedia specjalność: -		Poziom studiów: studia pierwszego stopnia	Język wykładowy: polski
Forma studiów: studia stacjonarne (ST) studia niestacjonarne (NST)	Semestr: 4 (ST, NST)	Liczba godzin w planie studiów: studia stacjonarne: 48h studia niestacjonarne: 36h	Nakład pracy: Liczba punktów ECTS: 3 Liczba godzin pracy: 75

Składowe przedmiotu:

1. Projektowanie uniwersalne (wykład) - forma stacjonarna - 18h; forma niestacjonarna - 12h
2. Projektowanie uniwersalne 1 (warsztaty) - forma stacjonarna - 30h; forma niestacjonarna - 24h

Miejsce przedmiotu w programie studiów

Przedmiot „Projektowanie uniwersalne 1” bazuje na kompetencjach badawczych, które osoby studiujące zdobyły w poprzednich semestrach na przedmiotach „Badania w procesie projektowym” i „Badania jakościowe”. Przedmiot rozwija i pogłębia umiejętność prowadzenia procesu projektowego, z którą osoby studiujące zapoznały się na przedmiocie „Architektura informacji i narzędzia w procesie projektowym” poprzez wprowadzenie design thinking jako głównej osi dla obu części projektowania uniwersalnego. Kontynuacją jest „Projektowanie uniwersalne 2” – w kolejnym semestrze, a efekty uczenia się osiągnięte w tym procesie projektowym będą niezbędne w trakcie realizacji projektów na innych przedmiotach, w pracy nad projektem dyplomowym oraz w pracy zawodowej – niezależnie od wybranej specjalizacji.

Efekty uczenia się

Kod kierunkowego efektu uczenia się	Przedmiotowe efekty uczenia się	Weryfikacja efektów uczenia się
GRM1_W02	Student(ka) w stopniu zaawansowanym zna historię projektowania uniwersalnego a także jego zasady. Rozumie ideę projektowania dla wszystkich i dostrzega konieczność projektowania kompromisów.	Metoda 1

GRM1_W05	Student(ka) w zna i rozumie ekonomiczne i prawne uwarunkowania implementacji dostępności w projektach z zakresu grafiki użytkowej, interaktywnej i multimedialnej.	Metoda 1 Metoda 2 Metoda 3
GRM1_W06	Student(ka) zna i rozumie etyczny charakter decyzji projektowych oraz rozpoznaje wpływ uwzględnienia w swojej pracy projektowania uniwersalnego na otoczenie społeczne.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_U01	Student(ka) potrafi wykorzystywać wiedzę z zakresu projektowania uniwersalnego projektując rozwiązania dostępne i intuicyjne dla różnych grup użytkowników, w tym osób ze szczególnymi potrzebami.	Metoda 2 Metoda 3
GRM1_U03	Student(ka) potrafi ocenić dobór narzędzi badawczych i analitycznych do formułowania założeń projektów realizowanych dla osób ze szczególnymi potrzebami.	Metoda 2 Metoda 3
GRM1_U04	Student(ka) potrafi posługiwać się językiem inkluzywnym do efektywnego komunikowania się z odbiorcami projektów ze szczególnymi potrzebami.	Metoda 1 Metoda 3
GRM1_U07	Student(ka) umie dobrać narzędzia i techniki wzbogacające dostępność w projektach z zakresu grafiki użytkowej, interaktywnej i multimedialnych.	Metoda 2 Metoda 3
GRM1_K02	Student(ka) jest gotów(-owa) do konstruktywnej współpracy z użytkownikami ze szczególnymi potrzebami.	Metoda 2 Metoda 3
GRM1_K07	Student(ka) jest gotów do tworzenia społecznie odpowiedzialnej, zrozumiałej i przystępnej w formie komunikacji wizualnej w oparciu o normy projektowania dla osób ze szczególnymi potrzebami.	Metoda 1 Metoda 2 Metoda 3

Opis i treści programowe

wykład - Projektowanie uniwersalne

Opis:

Celem wykładu jest zapoznanie studentów z historią i zasadami projektowania uniwersalnego jako podejścia do projektowania, które stawia na inkluzywność i dostępność dla wszystkich użytkowników. W toku wykładów studenci zapoznają się dodatkowo z potrzebami i specyfiką różnorodnych grup osób ze szczególnymi potrzebami i zagadnieniami prawnymi wskazującymi na konieczność projektowania uniwersalnego. Wykłady połączone są z dyskusją.

Treści:

- **Historia projektowania Uniwersalnego**
 - Crip Camp a disability revolution
 - Wpływ ruchów społecznych na kształtowanie i rozwój projektowania uniwersalnego
 - Projektowanie uniwersalne w prawie, wpływ zmian prawnych na realizowanie postulatów projektowania uniwersalnego
 - Twórcy projektowania uniwersalnego: Timothy Nugent i Ronald Mace
- **Ergonomia**
 - Antropometria

- Ergonomia i antropometria użytkowników ze szczególnymi potrzebami
- **Zasady projektowania uniwersalnego**
 - Zasada 1. Równy dostęp
 - Zasada 2. Elastyczność użytkowania
 - Zasada 3. Prostota i intuicyjność
 - Zasada 4. Czytelna informacja
 - Zasada 5. Tolerancja na błędy
 - Zasada 6. Minimalizowanie wysiłku fizycznego
 - Zasada 7. Parametry i wielkość przestrzeni umożliwiające dostęp i użytkowanie
 - Zasada 8. Percepcja równości
- **Cele projektowania uniwersalnego (Uniwersytet Buffalo)**
- **Projektowanie zorientowane na użytkownika (User-Centered Approach)**
- Projektowanie partycypacyjne
 - Badania społeczne dostępne dla wszystkich (metodyka prowadzenia warsztatów z osobami ze szczególnymi potrzebami)
 - Inkluzywny język, niepełnosprawność w języku wizualnym
- **Starzejące się społeczeństwo jako wyzwanie dla projektowania uniwersalnego**
- **Projektowanie dostępności**
 - WCAG dostępność multimediów i stron WWW
 - dostępność komunikatów w przestrzeni publicznej, czytelność oznaczeń dla osób słabowidzących
 - dostępność dokumentów
 - dostępność wystaw
 - dostępność architektoniczna
 - dostępność materiałów video
- **Case study (rozwiązania uniwersalne)**

Metody dydaktyczne

Metody dydaktyczne wspierające osiągnięcie efektów uczenia się oraz działające na rzecz równości i równego zaangażowania wszystkich uczestników.

- Podawcze: prezentacja multimedialna teoretyczne połączone z dyskusjami na temat case study.
 - Angażujące: dyskusja
- Inkluzywne: rozmowy indywidualne, prowadzący bierze pod uwagę zróżnicowany poziom zaawansowania studentów oraz różnice w stylach uczenia się

Literatura obowiązkowa:

1. Mace R. (1985). *Universal Design: Barrier Free Environments for Everyone*, Los Angeles
2. University at Buffalo. (n.d.). The goals of universal design. Pobrano z <https://www.buffalo.edu/access/help-and-support/topic3/GoalsOfUniversalDesign.html>
3. Wykłady gościnne 2020/21 [Projektowanie uniwersalne] WFP – School of Design [dostęp YouTube]
4. Formy XYZ. (2020). Projektowanie uniwersalne (Nr 4). Pobrano z <https://formy.xyz/>
5. Badania dostępne. (n.d.). Badania społeczne dostępne dla wszystkich. Pobrano z <https://badaniadostepne.wordpress.com/publikacja/>

Literatura uzupełniająca:

1. Newnham, N., & LeBrecht, J. (2020). *Crip Camp: A Disability Revolution* [Film]. Netflix.

2. USTAWA z dnia 19 lipca 2019 r. o zapewnianiu dostępności osobom ze szczególnymi potrzebami.
3. USTAWA z dnia 4 kwietnia 2019 r. o dostępności cyfrowej stron internetowych i aplikacji mobilnych podmiotów publicznych.
4. USTAWA z dnia 26 kwietnia 2024 r. o zapewnianiu spełniania wymagań dostępności niektórych produktów i usług przez podmioty gospodarcze.
5. 2010 ADA Standards for Accessible Design, Department of Justice, 15.9.2010.
6. ADA Standards for Accessible Design, Department of Justice, 28 CFR Part 36, 1.7.1994.
7. Americans with Disabilities Act of 1990 (ADA), Americans with Disabilities Act of 1990 (ADA), Public Law 101-336-July 26, 1990.
8. Konwencja o prawach osób niepełnosprawnych, sporządzona w Nowym Jorku dnia 13 grudnia 2006 r. (Dziennik Ustaw, 25.10.2012, poz. 1169).
9. Gedliczka, A. (2001). Atlas miar człowieka: Dane do projektowania i oceny ergonomicznej. Antropometria, biomechanika, przestrzeń pracy, wymiary bezpieczeństwa. Warszawa: Centralny Instytut Ochrony Pracy.

warsztat - Projektowanie uniwersalne

Opis:

Celem warsztatów jest zdobycie przez osoby studiujące umiejętności i kompetencji społecznych w zakresie projektowania uniwersalnego jako podejścia, które stawia na inkluzywność i dostępność dla wszystkich użytkowników. Studenci analizują potrzeby i doświadczenia osób ze szczególnymi potrzebami rozwijając empatię i odnajdując unikalne problemy projektowe, które mogą okazać się problemami szerszych grup użytkowników. Projektowanie uniwersalne pozwala na wzbogacenie procesu projektowego o wcześniej wykluczonych użytkowników, a jednocześnie wpisuje się w aktualne normy prawne. Umiejętności tworzenia projektów dostępnych dla wszystkich, w tym osób z różnymi niepełnosprawnościami i osób wykluczonych jest kluczowa przy projektowaniu: wystaw, wayfinding-u, komunikacji wizualnej stron www i aplikacji mobilnych. Przedmiot kształtuje postawę odpowiedzialności społecznej.

Warsztaty rozpoczną zajęcia z użyciem narzędzi empatyzujących: - Symulator starości GERT, wystawa "W Stronę Ciemności" WOMAI Kraków, Disability simulator Funkify. Ćwiczenia mają charakter problemowy i warsztatowy. Efekty są weryfikowane z grupami docelowymi. Studenci są uwrażliwieni na poszukiwanie tematów indywidualnych do zrealizowania w trakcie semestru 5-go na przedmiocie Projektowanie uniwersalne II

Treści:

Realizacja projektu grupowego dotyczącego jednej z grup wykluczonych, który polega na empatyzacji z grupą docelową, a także zapoznaniu studentów z metodyką design thinking oraz sposobami jej implementacji.

- Metodologia Design Thinking: zasady, korzyści, zastosowania; role w zespołach.
- Wprowadzenie do tematu projektowego (docelowy temat zależny od prowadzącego zajęcia): praca w grupach projektowych
- Analiza szczególnych potrzeb użytkowników- mapa doświadczeń – empatyzacja.
- Metody jakościowe w praktyce: wywiad pogłębiony – empatyzacja. (konstrukcja scenariusza, trening zadawania otwartych pytań w parach)
- Analizowanie danych jakościowych
- Opowiadanie wywiadów / story sharing; notowanie uwag, klastrowanie problemów

- Tworzenie map empatii – empatyzacja.
- Budowanie value proposition canvas – formułowanie pytania generatywnego (definiowanie problemu).
- Przygotowanie projektów koncepcyjnych rozwiązań
- Prototypowanie rozwiązań i weryfikacja z grupami docelowymi
- Zespołowe prezentacje finałowe (przygotowane również w formie PDF) akcentujące wnioski

Projekty grupowe prowadzone w tematyce takiej jak:

- starzejące się społeczeństwo seniorzy w mieście
- włączenie społeczne osób niepełnosprawnych,
- problem bezdomności
- neuro różnorodność,
- problemy migrantów w Polsce,
- projektowanie dla dzieci
- Dostępny Wayfinding,
- Dostępna strona WWW (analiza wytycznych WCAG),
- Korzyści dla projektowania UX wynikające z analizy szczególnych potrzeb użytkowników z niepełnosprawnościami,

Metody dydaktyczne

Metody dydaktyczne wspierające osiągnięcie efektów uczenia się oraz działające na rzecz równości i równego zaangażowania wszystkich uczestników.

- Podawcze: prezentacje połączone z dyskusjami na temat case study.
- Angażujące: ćwiczenia praktyczne, praca zespołowa nad projektami, z naciskiem na interdyscyplinarność, w tym spotkania z osobami ze szczególnymi potrzebami.
- Inkluzywne: korekty i rozmowy indywidualne, prowadzący bierze pod uwagę zróżnicowany poziom zaawansowania studentów oraz różnice w stylach uczenia się, dostosowując zadania i tempo pracy do indywidualnych potrzeb.

Literatura obowiązkowa:

1. Kowalski, K. (2024). *Włącznik 2.0*. Warszawa: Fundacja Integracja.
2. Kuang, C., & Fabricant, R. (2022). *User Friendly. Jak niewidoczne zasady projektowania zmieniają nasze życie, pracę i rozrywkę*. Kraków: Karakter. [fragmenty wskazane przez prowadzącą]
3. Papanek, V. (2023). *Dizajn dla realnego świata. Środowisko człowieka i zmiana społeczna*. Kraków: d2d.pl.
4. Mace R. (1985). *Universal Design: Barrier Free Environments for Everyone*, Los Angeles
5. Wykłady gościnne 2020/21 [Projektowanie uniwersalne] WFP – School of Design [dostęp YouTube]
6. Formy XYZ <https://formy.xyz/> Nr 4/2020 Projektowanie uniwersalne
7. <https://badaniadostepne.wordpress.com/publikacja/>

Literatura uzupełniająca:

1. Crip camp: a disability revolution, reż. N. Newnham, J. LeBrecht, 2020.
2. *USTAWA z dnia 19 lipca 2019 r. o zapewnianiu dostępności osobom ze szczególnymi potrzebami*.
3. *USTAWA z dnia 4 kwietnia 2019 r. o dostępności cyfrowej stron internetowych i aplikacji mobilnych podmiotów publicznych*.

4. *USTAWA z dnia 26 kwietnia 2024 r. o zapewnianiu spełniania wymagań dostępności niektórych produktów i usług przez podmioty gospodarcze.*
5. <https://www.funkify.org/>
6. <https://womai.pl/w-strone-ciemnosci/>
7. <https://integracja.org/wlacznik/>

Weryfikacja efektów uczenia się		
	Forma weryfikacji	Warunek zaliczenia
Metoda 1	Egzamin pisemny	– minimalna liczba punktów konieczna do zaliczenia: 16 – maksymalna liczba punktów do zdobycia: 30
Metoda 2	Zadanie praktyczne, projekt grupowy dotyczący szczególnych potrzeb użytkowników	– minimalna liczba punktów konieczna do zaliczenia: 25 – maksymalna liczba punktów do zdobycia: 50
Metoda 3	Prezentacja projektu	– minimalna liczba punktów konieczna do zaliczenia: 10 – maksymalna liczba punktów do zdobycia: 20

Ocena końcowa
<p>Warunkiem uzyskania oceny pozytywnej z przedmiotu jest zdobycie minimalnej liczby punktów określonej dla każdego zadania. Obecność na zajęciach jest obowiązkowa. Ocena z przedmiotu wystawiana jest na podstawie sumy punktów zgodnie z poniższą skalą i progami:</p> <p>91 – 100 punktów oznacza 5 (bardzo dobry) 81 – 90 punktów oznacza 4+ (dobry plus) 71 – 80 punktów oznacza 4 (dobry) 61 – 70 punktów oznacza 3+ (dostateczny plus) 51 – 60 punktów oznacza 3 (dostateczny) poniżej 51 punktów oznacza 2 (niedostateczny), przedmiot musi być powtórzony.</p>

KARTA PRZEDMIOTU

Nazwa przedmiotu: Fakultet projektowy		Formy: <i>zależna od oferty</i>	Obligatoryjność: fakultatywny
Kierunek studiów: Grafika reklamowa i multimedia specjalność: -		Poziom studiów: studia pierwszego stopnia	Język wykładowy: polski
Forma studiów: studia stacjonarne (ST) studia niestacjonarne (NST)	Semestr: 4 (ST, NST)	Liczba godzin w planie studiów: studia stacjonarne: 30h studia niestacjonarne: 24h	Nakład pracy: Liczba punktów ECTS: 2 Liczba godzin pracy: 50

Miejsce przedmiotu w programie studiów

Przedmiot „Fakultet projektowy” ma charakter międzykierunkowy. Trzy spośród projektowych kierunków Wydziału Interdyscyplinarnego Uniwersytetu SWPS: Sztuka cyfrowa, Grafika reklamowa i multimedia oraz Game Design przedstawiają corocznie swoje propozycje wspólnych zajęć, a osoby studiujące wybierają dla siebie najbardziej interesującą ofertę. Przedmiot stanowi wsparcie w kształtowaniu indywidualnej ścieżki rozwoju osób studiujących.

Efekty uczenia się

Kod kierunkowego efektu uczenia się	Przedmiotowe efekty uczenia się	Weryfikacja efektów uczenia się
GRM1_W03	Student(ka) w zaawansowanym stopniu ma wiedzę na temat realizacji procesu badawczego i zastosowania rekomendacji badawczych w podejmowaniu decyzji projektowych w obszarze projektowania graficznego, multimediiów lub projektowania zorientowanego na użytkownika (UX) w zakresie właściwym dla danego fakultetu.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_W06	Student(ka) ma wiedzę na temat etycznych uwarunkowań realizacji badań w projektowaniu graficznym, multimediami lub projektowaniu zorientowanym na użytkownika (UX).	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_W12	Student(ka) zna i rozumie wagę kontekstu społecznego, politycznego i rynkowego podczas realizacji projektów z zakresu projektowania graficznego multimediiów lub projektowania zorientowanego na użytkownika (UX).	Metoda 1 Metoda 2

GRM1_U11	Student(ka) bierze udział w aktywnej dyskusji na temat realizacji projektowych z obszaru projektowania graficznego, multimediiów lub projektowania zorientowanego na użytkownika.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_U15	Student(ka) potrafi realizować potrzebę uczenia się przez całe życie poprzez wybór dodatkowych przedmiotów fakultatywnych interesujących go (ją) obszarów	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_K10	Student(ka) jest gotowa do podejmowania odpowiedzialności za zachowanie dziedzictwa kulturowego w zakresie projektowania graficznego, multimediiów lub projektowania zorientowanego na użytkownika (UX) poprzez propagowanie w swoim otoczeniu postaw zgodnych z etyką branży projektowej	Metoda 1 Metoda 2

Opis i treści programowe
fakultet
<p>Opis: Na 2 roku studenci i studentki realizują przedmiot fakultatywny: Student(ka) może wybierać przedmioty z puli fakultetów z zakresu projektowania graficznego, multimediiów lub projektowania zorientowanego na użytkownika. Założeniem każdego fakultetu jest pogłębienie umiejętności z obszaru sztuki i projektowania, przy równoczesnym rozwijaniu kompetencji społecznych i kulturowych.</p>
<p>Treści: Zgodnie z zasadami obowiązującymi na Wydziale Interdyscyplinarnym w Krakowie każdorazowo przed kolejnym rokiem akademickim na drodze konkursu konstruowana jest oferta fakultetów. Propozycje przedmiotów zgłaszać mogą wykładowcy Uczelni. Spośród zgłoszonych propozycji koordynator kierunku wraz z opiekunami specjalności i prodziekanem ds. dydaktycznych wybierają propozycje fakultetów włączanych do puli. Pule fakultetów z obszaru sztuki gwarantują studentowi(-tce) możliwość poszerzenia wiedzy i umiejętności o treści wykraczające poza obszar określony przez studiowany kierunek.</p>
<p>Metody dydaktyczne Metody dydaktyczne wspierające osiągnięcie efektów uczenia się oraz działające na rzecz równości i równego zaangażowania wszystkich uczestników.</p> <ul style="list-style-type: none"> – Podawcze: prezentacja – Angażujące: projekt, dyskusja, prezentacja – Inkluzywne: indywidualne korekty
<p>Literatura obowiązkowa: 1. Literatura polecana przez prowadzącego(a)</p>

Weryfikacja efektów uczenia się		
	Forma weryfikacji	Warunek zaliczenia
Metoda 1	Projekt indywidualny lub grupowy	<ul style="list-style-type: none"> – minimalna liczba punktów konieczna do zaliczenia: 41 – maksymalna liczba punktów do zdobycia: 80
Metoda 2	indywidualne konsultacje	<ul style="list-style-type: none"> – minimalna liczba punktów konieczna do zaliczenia: 10 – maksymalna liczba punktów do zdobycia: 20

Ocena końcowa
<p>Warunkiem uzyskania oceny pozytywnej z przedmiotu jest zdobycie minimalnej liczby punktów określonej dla każdego zadania. Obecność na zajęciach jest obowiązkowa. Ocena z przedmiotu wystawiana jest na podstawie sumy punktów zgodnie z poniższą skalą i progami:</p> <p>91 – 100 punktów oznacza 5 (bardzo dobry) 81 – 90 punktów oznacza 4+ (dobry plus) 71 – 80 punktów oznacza 4 (dobry) 61 – 70 punktów oznacza 3+ (dostateczny plus) 51 – 60 punktów oznacza 3 (dostateczny) poniżej 51 punktów oznacza 2 (niedostateczny), przedmiot musi być powtórzony.</p>

specjalność: Projektowanie graficzne

KARTA PRZEDMIOTU			
Nazwa przedmiotu: Projektowanie przekazu reklamowego 1		Formy: warsztaty	Obligatoryjność: specjalnościowy
Kierunek studiów: Grafika reklamowa i multimedia specjalność: Projektowanie graficzne		Poziom studiów: studia pierwszego stopnia	Język wykładowy: polski
Forma studiów: studia stacjonarne (ST) studia niestacjonarne (NST)	Semestr: 4 (ST, NST)	Liczba godzin w planie studiów: studia stacjonarne: 48h studia niestacjonarne: 30h	Nakład pracy: Liczba punktów ECTS: 2 Liczba godzin pracy: 50

Miejsce przedmiotu w programie studiów

Przedmiot „Projektowanie przekazu reklamowego 1” rozpoczyna cykl związany z projektowaniem materiałów reklamowych i należy do grupy przedmiotów poświęconych najbardziej typowym realizacjom w zawodzie projektanta grafiki użytkowej. Pierwszy semestr cyklu poświęcony jest projektom na rzecz małych i średnich firm. Przedmiot korzysta z wiedzy i umiejętności przyswojonych podczas nauki przedmiotów: „Komunikacja wizualna” 1 i 2, „Projektowanie grafiki rastrowej” 1 i 2, „Projektowanie grafiki wektorowej”, „Typografia”, „Historia sztuk audiowizualnych” 1 i 2, „Przygotowanie do druku”, „Struktury wizualne”, „Systemy identyfikacji wizualnej 1” oraz „Reklama i branding”. Przedmiot jest komplementarny dla cykli „Grafika informacyjna”, „Projektowanie opakowań” i „Techniki edytorskie”. Zdobyte kompetencje będą wykorzystane kolejnych częściach cyklu „Projektowanie przekazu reklamowego” i na przedmiotach „Projektowanie graficzne – warsztaty projektowe” 1 i 2 oraz podczas pracy nad dyplomem (w zależności od wyboru tematu przez osobę studiującą).

Efekty uczenia się

Kod kierunkowego efektu uczenia się	Przedmiotowe efekty uczenia się	Weryfikacja efektów uczenia się
GRM1_W01	Student(-ka) zna w zaawansowanym stopniu zasady tworzenia zróżnicowanych form reklamy wizualnej i sposoby oddziaływania key visuali w kontekście wiedzy z zakresu sztuk plastycznych i konserwacji dzieł sztuki oraz pokrewnych dyscyplin, w szczególności nauk o komunikacji społecznej i mediach, oraz rozumie wpływ osiągnięć tych nauk na praktykę projektowania materiałów reklamowych.	Metoda 4

GRM1_W04	Student(-ka) w zaawansowanym stopniu zna zasady postępowania się ekspresją artystyczną oraz umiejętnościami warsztatowymi właściwymi dla wybranych pokrewnych grafice aktywności artystycznych, w tym fotografii i rysunku, a także rozumie, jak zastosować te zasady w kreacji projektów dla branży reklamowej.	Metoda 3
GRM1_U01	Student(-ka) potrafi wykorzystywać posiadaną wiedzę z zakresu reklamy oraz brandingu do zaplanowania i poprowadzenia procesu projektowego w zakresie tworzenia key visuali i rozszerzenia ich o inne materiały reklamowe.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_U04	Student(-ka) potrafi wykorzystać wiedzę z zakresu nauk o komunikacji społecznej i mediach do efektywnego komunikowania się ze zleceniodawcą oraz podwykonawcą projektu z zakresu grafiki reklamowej, a także stosować adekwatne, zaawansowane techniki informacyjno-komunikacyjne podczas pracy zespołowej nad projektem.	Metoda 1 Metoda 2 Metoda 3
GRM1_U05	Student(-ka) potrafi formułować problemy projektowe dotyczące reklamy wizualnej w oparciu o brief i księgę znaku, a także w zakresie wizualnej grafiki reklamowej generować projekty nadające się do realizacji zgodnie z wytycznymi sformułowanymi przez podwykonawcę.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_U08	Student(-ka) potrafi za pomocą wyobraźni, intuicji i emocjonalności proponować różnorodne i nawiązujące do odmiennych stylistyk rozwiązania problemu projektowego z zakresu grafiki reklamowej.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_K05	Student(-ka) jest gotów(-owa) do tworzenia perswazyjnego i informacyjnego wizualnego przekazu reklamowego na potrzeby ważnych społecznie tematów.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_K06	Student(-ka) jest gotów(-owa) do tworzenia zoptymalizowanych ekologicznie i ekonomicznie wizualnych materiałów reklamowych.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_K09	Student(-ka) jest gotów(-owa) do przestrzegania zasad etyki zawodowej projektanta(-ki), podczas projektowania przekazu reklamowego, oraz do klarownego komunikowania tych zasad zleceniodawcom.	Metoda 4

Opis i treści programowe

warsztaty

Opis:

Celem kursu jest przybliżenie studentom i studentkom metod pracy nad typowymi zadaniami z zakresu reklamowej grafiki użytkowej dla małych i średnich firm/instytucji: poprawnej, a przy tym twórczej interpretacji briefu, interpretacji założeń technicznych, samodzielnego doboru materiałów wyjściowych jak i weryfikacji materiałów zastanych, komunikacji z klientem, tworzenia key visuali oraz projektów poszczególnych elementów zgodnych z parametrami wyznaczonymi zarówno przez zleceniodawców jak i podwykonawców.

Treści:

- Komunikacja z klientem
- Brief - tworzenie i interpretacja; metody szukania informacji
- Duża księga znaku - interpretacja zawartych w niej informacji; praca z wieloma księgami znaku jednocześnie
- Key visual - tworzenie i interpretacja; nośniki informacji, adaptacja KV do nośników

Przykładowe zadania i projekty:

- Zadanie: weryfikacja i interpretacja założeń technicznych dla reklamy prasowej
- Zadanie: interpretacja wytycznych projektu w oparciu o dużą księgę znaku
- Zadanie: projekt 3 banerów internetowych w oparciu o materiały dostarczone przez klienta (dobór ilustracji, spójność layoutu)
- Zadanie: plakat reklamowy promujący akcję pro-społeczną w oparciu o dużą księgę znaku
- Zadanie semestralne (zespołowe): zestaw materiałów do Internetu i do druku dla małej firmy w/g briefu; wymaga użycia technik ćwiczonych podczas warsztatów oraz zastosowania poprawnej komunikacji mailowej z klientem; projekty muszą być spójne, zgodne z briefem i gotowe do użycia (poprawne technicznie, zgodnie z zaleceniami emitentów).

Metody dydaktyczne

Metody dydaktyczne wspierające osiągnięcie efektów uczenia się oraz działające na rzecz równości i równego zaangażowania wszystkich uczestników.

- Podawcze: prezentacja, studium przypadku
- Angażujące: ćwiczenie, studium przypadku, projekt, kreatywne myślenie projektowe

Literatura obowiązkowa:

1. Young M., (2018). *Ogilvy o reklamie w epoce cyfrowej*, Wydawnictwo Arkady, Warszawa
2. Międzynarodowa rada designu (2021). Kodeks postępowania zawodowego dla projektantek i projektantów, STGU, Warszawa, <https://stgu.pl/page-kodeks-etyki-projektanta.html>

Literatura uzupełniająca:

1. Dębowski P., J. Mrowczyk (red.). (2015). *WIDZIEĆ / WIEDZIEĆ. Wybór najważniejszych tekstów o dizajnie*, Karakter, Kraków
2. Pater P. (2017). *The Politics of Design. A (Not So) Global Manual for Visual Communication*, Bis Publishers
3. thepoliticsofdesign.com
4. Nottingham A., Stout J. (2020). *The Graphic Design Process. How to be successful in design school*, Bloomsbury, London

Weryfikacja efektów uczenia się

	Forma weryfikacji	Warunek zaliczenia
Metoda 1	projekty indywidualne - zestaw trzech wymaganych zadań	<ul style="list-style-type: none"> – minimalna liczba punktów konieczna do zaliczenia: 30 – maksymalna liczba punktów do zdobycia: 60

Metoda 2	przeгляд projektów - prezentacja trzech wymaganych zadań w formie portfolio i prezentacja portfolio	<ul style="list-style-type: none"> – minimalna liczba punktów konieczna do zaliczenia: 10 – maksymalna liczba punktów do zdobycia: 20
Metoda 3	częstkowe zadania praktyczne	<ul style="list-style-type: none"> – minimalna liczba punktów konieczna do zaliczenia: 5 – maksymalna liczba punktów do zdobycia: 10
Metoda 4	sprawdzian wiedzy teoretycznej	<ul style="list-style-type: none"> – minimalna liczba punktów konieczna do zaliczenia: 6 – maksymalna liczba punktów do zdobycia: 10

Ocena końcowa

Warunkiem uzyskania oceny pozytywnej z przedmiotu jest zdobycie minimalnej liczby punktów określonej dla każdego zadania. Obecność na zajęciach jest obowiązkowa. Ocena z przedmiotu wystawiana jest na podstawie sumy punktów zgodnie z poniższą skalą i progami:

91 – 100 punktów oznacza 5 (bardzo dobry)

81 – 90 punktów oznacza 4+ (dobry plus)

71 – 80 punktów oznacza 4 (dobry)

61 – 70 punktów oznacza 3+ (dostateczny plus)

51 – 60 punktów oznacza 3 (dostateczny)

poniżej 51 punktów oznacza 2 (niedostateczny), przedmiot musi być powtórzony.

KARTA PRZEDMIOTU

Nazwa przedmiotu: Projektowanie opakowań 2		Formy: warsztaty	Obligatoryjność: specjalnościowy
Kierunek studiów: Grafika reklamowa i multimedia specjalność: Projektowanie graficzne		Poziom studiów: studia pierwszego stopnia	Język wykładowy: polski
Forma studiów: studia stacjonarne (ST) studia niestacjonarne (NST)	Semestr: 4 (ST, NST)	Liczba godzin w planie studiów: studia stacjonarne: 30h studia niestacjonarne: 24h	Nakład pracy: Liczba punktów ECTS: 2 Liczba godzin pracy: 50

Miejsce przedmiotu w programie studiów

Przedmiot „Projektowanie opakowań 2” należy do grupy przedmiotów poświęconych najbardziej typowym realizacjom w zawodzie projektanta grafiki użytkowej. Poprzedza go „Projektowanie opakowań 1”, ale wykorzystuje też umiejętności warsztatowe i narzędziowe zdobyte na przedmiotach „Typografia” i „Projektowanie grafiki wektorowej” oraz na dwuczęściowych cyklach „Projektowanie grafiki rastrowej” i „Komunikacja wizualna”. Przedmiot jest komplementarny dla cykli „Grafika informacyjna”, „Techniki edytorskie” i „Projektowanie przekazu reklamowego” oraz dla przedmiotu „Systemy identyfikacji wizualnej. Zdobyte kompetencje mogą być wykorzystane podczas pracy nad projektem dyplomowym (w zależności od wyboru tematu przez osobę studiującą).

Efekty uczenia się

Kod kierunkowego efektu uczenia się	Przedmiotowe efekty uczenia się	Weryfikacja efektów uczenia się
GRM1_W02	Student(ka) zna i rozumie w zaawansowanym stopniu zasady projektowania typografii i układów literniczych na opakowaniach produktów z uwzględnieniem potrzeb zróżnicowanych grup docelowych.	Metoda 1
GRM1_W03	Student(ka) posiada zaawansowaną wiedzę dotyczącą przeprowadzenia badań projektowych mających na celu zastosowanie odpowiedniej typografii oraz warstwy ilustracyjnej charakteryzującej serię produktów.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_U04	Student(ka) potrafi dobierać i stosować zaawansowane techniki z zakresu identyfikacji wizualnej, odpowiedzialne za komunikację produktu za pomocą jego opakowania z jego użytkownikiem.	Metoda 1

GRM1_U07	Student(ka) potrafi dobrać i zastosować odpowiednie narzędzia i techniki warsztatu artystycznego do projektowania opakowań, a także właściwie dopasować materiał, mając na uwadze późniejszą technologię produkcji, uwzględniając założenia związane ze zrównoważonym rozwojem.	Metoda 1
GRM1_U13	Student(ka) potrafi publicznie prezentować swoje projekty opakowań w formie prezentacji dokumentacji PDF oraz gotowego fizycznie wytworu projektu.	Metoda 2
GRM1_U14	Student(ka) w pracy projektowej potrafi pracować samodzielnie, jak również w grupie dobierając odpowiednich konsultantów i specjalistów, których kompetencje są niezbędne w realizacji projektu opakowania.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_K05	Student(ka) jest gotów(-owa) do projektowania opakowań, które w sposób perswazyjny i informacyjny komunikują możliwości ponownego wykorzystania zużytego opakowania lub jego prawidłowej utylizacji.	Metoda 1
GRM1_K08	Student(ka) jest gotów(-owa) do analizowania wpływu opakowań zaprojektowanych przez niego(-ą) na środowisko przyrodnicze i społeczne oraz dokonywania samooceny w zakresie etycznego wymiaru swojej pracy.	Metoda 2

Opis i treści programowe

warsztaty

Opis:

Przedmiot *Projektowanie opakowań 2* kontynuuje kształtowanie umiejętności projektowych z uwzględnieniem aspektów ekologicznych, społecznych i ekonomicznych. Nadrzędną rolą tej części kursu jest zachęcenie osób studiujących do eksperymentowania z formą, materiałami i technologiami w celu tworzenia unikalnych, artystycznych opakowań.

Celem przedmiotu jest przekazanie wiedzy oraz rozwijanie kompetencji w zakresie tworzenia opakowań, które nie tylko spełniają funkcje użytkowe, ale także minimalizują negatywny wpływ na środowisko i są odpowiedzialne społecznie. Przedmiot przygotowuje osoby studiujące do podejmowania świadomych decyzji projektowych.

Treści:

- kompozycja przestrzenna opakowania z wykorzystaniem tektury, działanie pop-up,
- materiał i struktura jako komunikat i narzędzie marketingu,
- uszlachetnianie druku opakowania
- typografia pozostałych treści ważnych w opisie produktu,
- kolor jako element strategii marki,

Metody dydaktyczne

Metody dydaktyczne wspierające osiągnięcie efektów uczenia się oraz działające na rzecz równości i równego zaangażowania wszystkich uczestników. Metody dydaktyczne wspierające osiągnięcie efektów uczenia się oraz działające na rzecz równości i równego zaangażowania wszystkich uczestników. Przedmiot opiera się na połączeniu wykładów teoretycznych z ćwiczeniami praktycznymi oraz warsztatami, podczas których studenci analizują rzeczywiste przypadki projektowe. Metody kształcenia obejmują także pracę projektową, w której studenci tworzą opakowania spełniające zasady zrównoważonego rozwoju, oraz dyskusje grupowe i studia przypadków.

- Podawcze: prezentacje multimedialne, pokazy
- Angażujące: ćwiczenia projektowe, **warsztaty kreatywne**, dyskusje grupowe i brainstorming w celu rozwijania umiejętności krytycznego myślenia.
- Inkluzywne: **Konsultacje indywidualne** z prowadzącymi w celu wsparcia realizacji projektów.

Literatura obowiązkowa:

1. Steward, B. (2009). *Projektowanie opakowań*. Warszawa: PWN.

Literatura uzupełniająca:

1. Archiwalne magazyny 2+3D

Weryfikacja efektów uczenia się

	Forma weryfikacji	Warunek zaliczenia
Metoda 1	projekt innowacyjnego opakowania: forma, kompozycja elementów graficznych i fotograficznych, estetyka pracy	<ul style="list-style-type: none">– minimalna liczba punktów konieczna do zaliczenia: 31– maksymalna liczba punktów do zdobycia: 60
Metoda 2	prezentacja przygotowana w formie PDF prezentująca proces pracy oraz jej fotograficzną dokumentację	<ul style="list-style-type: none">– minimalna liczba punktów konieczna do zaliczenia: 20– maksymalna liczba punktów do zdobycia: 40

Ocena końcowa

Warunkiem uzyskania oceny pozytywnej z przedmiotu jest zdobycie minimalnej liczby punktów określonej dla każdego zadania. Obecność na zajęciach jest obowiązkowa. Ocena z przedmiotu wystawiana jest na podstawie sumy punktów zgodnie z poniższą skalą i progami:

91 – 100 punktów oznacza 5 (bardzo dobry)

81 – 90 punktów oznacza 4+ (dobry plus)

71 – 80 punktów oznacza 4 (dobry)

61 – 70 punktów oznacza 3+ (dostateczny plus)

51 – 60 punktów oznacza 3 (dostateczny)

poniżej 51 punktów oznacza 2 (niedostateczny), przedmiot musi być powtórzony.

KARTA PRZEDMIOTU

Nazwa przedmiotu: Grafika informacyjna 2		Formy: warsztaty	Obligatoryjność: specjalnościowy
Kierunek studiów: Grafika reklamowa i multimedia specjalność: Projektowanie graficzne		Poziom studiów: studia pierwszego stopnia	Język wykładowy: polski
Forma studiów: studia stacjonarne (ST) studia niestacjonarne (NST)	Semestr: 4 (ST, NST)	Liczba godzin w planie studiów: studia stacjonarne: 30h studia niestacjonarne: 24h	Nakład pracy: Liczba punktów ECTS: 2 Liczba godzin pracy: 50

Miejsce przedmiotu w programie studiów

Przedmiot „Grafika informacyjna 2” należy do grupy przedmiotów poświęconych najbardziej typowym realizacjom w zawodzie projektanta grafiki użytkowej – w tym wypadku jest to projektowanie informacji przestrzennej – czyli znaków kierunkowych (wayfinding), map i schematów. Przedmiot wykorzystuje umiejętności warsztatowe i narzędziowe zdobyte na przedmiotach „Typografia”, „Projektowanie grafiki wektorowej” oraz „Komunikacja wizualna” 1 i 2. Osoby studiujące zdobyły też kompetencje badawcze na przedmiotach „Badania w procesie projektowym” i „Badania jakościowe w procesie projektowym” oraz z zakresu prowadzenia procesu projektowego na przedmiocie „Architektura informacji i narzędzia w procesie projektowym”. Przedmiot jest komplementarny dla cykli „Techniki edytorskie”, „Projektowanie opakowań” i „Projektowanie przekazu reklamowego” oraz dla przedmiotu „Systemy identyfikacji wizualnej. Zdobyte kompetencje mogą być wykorzystane na przedmiotach „Projektowanie graficzne – warsztaty projektowe” 1 i 2 oraz podczas pracy nad projektem dyplomowym (w zależności od wyboru tematu przez osobę studiującą).

Efekty uczenia się

Kod kierunkowego efektu uczenia się	Przedmiotowe efekty uczenia się	Weryfikacja efektów uczenia się
GRM1_W06	Student(-ka) zna historyczne tło i społeczne oddziaływanie informacji przestrzennej: map, schematów i znaków kierunkowych oraz rozpoznaje ich wpływ na na orientację, komfort i poczucie bezpieczeństwa odbiorców.	Metoda 1 Metoda 2 Metoda 3
GRM1_U03	Student(ka) potrafi dobrać narzędzia badawcze na potrzeby projektowania i ewaluacji systemu znaków kierunkowych (wayfinding).	Metoda 2

GRM1_U05	Student(ka) potrafi sformułować problem projektowy z zakresu tworzenia schematów oraz oznakowania przestrzeni miejskiej w oparciu o wiedzę na temat potrzeb rynku i użytkownika, i na tej podstawie zaproponować rozwiązanie o potencjale wdrożeniowym.	Metoda 2 Metoda 3
GRM1_U07	Student(ka) potrafi zastosować właściwą typografię, kolor i kompozycję dla realizacji projektów z zakresu informacji przestrzennej.	Metoda 3
GRM1_K01	Student(ka) jest gotów(-owa) do krytycznej oceny informacji pozyskanych na potrzeby tworzenia schematów oraz elementów systemu wayfinding, a na tej podstawie dokonywania świadomych wyborów projektowych.	Metoda 2 Metoda 3
GRM1_K07	Student(-ka) jest gotów(-owa) do tworzenia elementów społecznie odpowiedzialnej informacji przestrzennej w zrozumiałej i dostosowanej do odbiorcy formie.	Metoda 2

Opis i treści programowe
warsztaty
Opis: Przedmiot „Grafika informacyjna 2” poświęcony jest informacji przestrzennej oraz jej społecznym, historycznym i kulturowym uwarunkowaniom. Realizowane zadania będą dotyczyć analizy, projektowania i ewaluacji map, schematów i znaków kierunkowych.
Treści: Wprowadzenie: – rodzaje informacji przestrzennej i ich zastosowania, – wpływ historii projektowania informacji na współczesne rozwiązania z zakresu map, schematów połączeń oraz znaków kierunkowych Ćwiczenia: 1. Schemat Becka jako inspiracja. Analiza różnic między schematem a mapą. Zasady tworzenia schematów i ich zastosowanie. Przedstawienie wybranych zagadnień za pomocą schematu (format A4–A3, wydruk na zaliczenie). 2. Mapy nie są niewinne – najważniejsze odwzorowania map świata i ich postkolonialny wydźwięk. Projekt materiałów edukacyjnych dla zróżnicowanych odbiorców, zespoły 3-osobowe (format A3–SRA3). Etapy: zbieranie danych, weryfikacja, wstępne koncepcje – zespołowy „pitch”, wybór koncepcji, wstępne projekty, ewaluacja z odbiorcą, naniesienie zmian. 3. Wayfinding: Rondo Czyżyńskie. Proces projektowania znaków drogowych, systemów oznakowań zewnętrznych i wewnętrznych, oznaczeń kierunkowych – wayfinding i systemów informacji miejskiej (na przykładzie krakowskiego SIM). Spacer badawczy, gra terenowa, wybrane badania własne. Projekt oznaczeń poprawiających orientację na rondzie, praca w zespołach 4-5 osób. .
Metody dydaktyczne Metody dydaktyczne wspierające osiągnięcie efektów uczenia się oraz działające na rzecz równości i równego zaangażowania wszystkich uczestników. – Podawcze: prezentacja.

– Angażujące i inkluzywne: praca zespołowa, praca indywidualna, gra terenowa, spacer badawczy, konsultacje indywidualne i grupowe oraz dyskusja.

Każde z realizowanych kolejno zadań można konsultować na cotygodniowych dyżurach on-line. Terminy oddania projektów 1 i 2 zostaną podane na pierwszych zajęciach.

Literatura obowiązkowa:

1. Mrowczyk, J. (2018). *Projektowanie informacji*, [w:] *Historia projektowania graficznego*, Mrowczyk, J., Z. Kolesár, Z. Karaker, Kraków
2. Mijksenaar, P. (2012). *Wayfinding at Schiphol*, Mijksenaar, Amsterdam (PDF).
3. Kowalski, K. (2024). *Włącznik 2.0*, Fundacja Integracja, Warszawa

Obowiązkowe linki:

4. <https://thetruesize.com>
5. <https://futuremaps.com/blogs/news/top-10-world-map-projections?srsId=AfmBOooVMF50SDgzraAEzpM106S0GYAmM1DG0x0Nz83jsVrLtBa7HBIQ>

Literatura uzupełniająca:

1. USTAWA z dnia 19 lipca 2019 r. o zapewnianiu dostępności osobom ze szczególnymi potrzebami.
2. Ovenden, M. (2015). *Transit Maps of the World: Every Urban Train Map on Earth*, Penguin
3. Gutiérrez, M. (2020). *How interactive maps mobilize people in geoactivism*, [w:] M. Engebretsen, H. Kennedy, *Data Visualization in Society*, Amsterdam University Press, s. 441-456 (Jstor).
4. Hadlaw, J. (2003). *The London Underground Map: Imagining Modern Time and Space*, „Design Issues”, Vol. 19, No. 1, Winter, (Jstor).

Weryfikacja efektów uczenia się

	Forma weryfikacji	Warunek zaliczenia
Metoda 1	sprawdzian składający się z pytań otwartych	– minimalna liczba punktów konieczna do zaliczenia: 11 – maksymalna liczba punktów do zdobycia: 20
Metoda 2	prezentacja zespołowa procesu projektowania, ewaluacji i finalnych projektów (ćwiczenie 3)	– minimalna liczba punktów konieczna do zaliczenia: 20 – maksymalna liczba punktów do zdobycia: 40
Metoda 3	przegląd finalnych projektów (ćwiczeń 1 i 2)	– minimalna liczba punktów konieczna do zaliczenia: 20 – maksymalna liczba punktów do zdobycia: 40

Ocena końcowa

Warunkiem uzyskania oceny pozytywnej z przedmiotu jest zdobycie minimalnej liczby punktów określonej dla każdego zadania. Obecność na zajęciach jest obowiązkowa. Poprawa testu może odbyć się w formie ustnej. Ocena z przedmiotu wystawiana jest na podstawie sumy punktów zgodnie z poniższą skalą i progami:

91 – 100 punktów oznacza 5 (bardzo dobry)

81 – 90 punktów oznacza 4+ (dobry plus)

71 – 80 punktów oznacza 4 (dobry)

61 – 70 punktów oznacza 3+ (dostateczny plus)

51 – 60 punktów oznacza 3 (dostateczny)

poniżej 51 punktów oznacza 2 (niedostateczny), przedmiot musi być powtórzony.

KARTA PRZEDMIOTU

Nazwa przedmiotu: Techniki edytorskie 2		Formy: warsztaty	Obligatoryjność: specjalnościowy
Kierunek studiów: Grafika reklamowa i multimedia specjalność: Projektowanie graficzne		Poziom studiów: studia pierwszego stopnia	Język wykładowy: polski
Forma studiów: studia stacjonarne (ST) studia niestacjonarne (NST)	Semestr: 4 (ST, NST)	Liczba godzin w planie studiów: studia stacjonarne: 60h studia niestacjonarne: 48h	Nakład pracy: Liczba punktów ECTS: 4 Liczba godzin pracy: 100

Składowe przedmiotu

1. Grafika edytorska 2 (warsztaty) - forma stacjonarna - 30h, forma niestacjonarna - 24h
2. Wprowadzenie do audiodeskrypcji i tyflografiki (warsztaty) - forma stacjonarna - 30h, forma niestacjonarna - 24h

Miejsce przedmiotu w programie studiów

Przedmiot „Techniki edytorskie 2” rozwija kompetencje związane z projektowaniem publikacji wielostronicowych i należy do grupy przedmiotów poświęconych najbardziej typowym realizacjom w zawodzie projektanta grafiki użytkowej. Przedmiot wykorzystuje umiejętności warsztatowe i narzędziowe zdobyte w poprzednim semestrze na przedmiocie „Techniki edytorskie 1” oraz na przedmiotach z pierwszego roku studiów – „Typografia”, „Wstęp do projektowania grafiki edytorskiej”, „Projektowanie grafiki wektorowej” oraz na cyklach „Komunikacja wizualna” i „Projektowanie grafiki rastrowej”. Przedmiot jest komplementarny dla cykli „Grafika informacyjna”, „Projektowanie opakowań” i „Projektowanie przekazu reklamowego” oraz dla przedmiotów „Systemy identyfikacji wizualnej” i „Projektowanie uniwersalne 1”. Zdobyte kompetencje będą wykorzystane na przedmiotach „Projektowanie uniwersalne 2”, „Projektowanie graficzne – warsztaty projektowe” 1 i 2 oraz podczas pracy nad dyplomem (w zależności od wyboru tematu przez osobę studiującą).

Efekty uczenia się		
Kod kierunkowego efektu uczenia się	Przedmiotowe efekty uczenia się	Weryfikacja efektów uczenia się
GRM1_W02	Student(ka) w zaawansowanym stopniu zna i rozumie zasady projektowania uniwersalnego stosowane w projektowaniu tyflografik i rozumie jego wpływ na projektowanie tyflografik jako części komunikacji wizualnej zamiast projektów przeznaczonych dla osób niewidomych.	Metoda 1 Metoda 3
GRM1_W04	Student(ka) w zaawansowanym stopniu zna zasady postępowania się ekspresją artystyczną oraz umiejętnościami warsztatowymi właściwymi dla tworzenia publikacji, w tym publikacji do druku, grafiki edytorskiej, tyflografik oraz publikacji cyfrowych, a także rozumie, jak zastosować te zasady w kreacji projektów dla branż reklamowej i medialnej.	Metoda 1 Metoda 3
GRM1_W11	Student(ka) w zaawansowanym stopniu zna i rozumie współczesne technologie tworzenia publikacji, w tym szczególnie tyflografik, i wpływ rozwoju tych technologii na przebieg procesu projektowania tyflografik.	Metoda 1 Metoda 3
GRM1_U06	Student(ka) potrafi posługiwać się własną ekspresją artystyczną w celu tworzenia publikacji, w tym publikacji do druku, grafiki edytorskiej, tyflografik oraz publikacji cyfrowych	Metoda 1 Metoda 3
GRM1_U07	Student(ka) umie dobrać narzędzia, w tym narzędzia cyfrowe właściwe dla wykonania projektu dostępnej publikacji do druku (tyflografiki), grafiki edytorskiej, oraz publikacji cyfrowej.	Metoda 1 Metoda 3
GRM1_U08	Student(ka) potrafi za pomocą wyobraźni, intuicji i emocjonalności stworzyć serię różnorodnych projektów zgodnych z tym samym wyznaczonym problemem projektowym z zakresu publikacji, w tym publikacji do druku, tyflografik oraz publikacji cyfrowych.	Metoda 1 Metoda 3
GRM1_U13	Student(-ka) potrafi efektywnie prezentować własne prace z zakresu grafiki edytorskiej i tyflografiki z użyciem terminologii właściwej dla branż projektowej i wydawniczej oraz z szacunkiem dla osób niepełnosprawnych	Metoda 2 Metoda 3
GRM1_K02	Student(ka) jest gotów do umiejętnego korzystania z własnej wiedzy i doświadczenia oraz konstruktywnej współpracy ze zleceniodawcą oraz specjalistami z branż, jakie reprezentuje zleceniodawca, a także specjalistami z zakresu komunikacji z osobami niepełnosprawnymi	Metoda 1 Metoda 3

Opis i treści programowe

warsztaty – Grafika edytorska 2

Opis:

W tym semestrze studenci realizują projekty o większym stopniu złożoności z zakresu składu oraz pogłębiają umiejętności związane z komponowaniem tekstu i obrazu na płaszczyźnie oraz przygotowaniem do druku.

Treści:

- Tworzenie publikacji, makiet wielostronicowych
- Praca z tekstem:
- Tworzenie publikacji w oparciu o zaawansowane zasady składu tekstu i komponowania tekstu z ilustracją,
- Tworzenie publikacji pozbawionych błędów składu i łamania,
- Ćwiczenie projektowania publikacji z użyciem programu InDesign.
- Przygotowanie małej publikacji do druku: wybór papieru, skład do druku, wybór drukarni

Przykładowe zadania:

- Projekt ilustrowanego katalogu grzybów/jagód/owoców
- Projekt ilustrowanego informatora dla mieszkańców “Miejsce, w którym żyję” (z uwzględnieniem potrzeb osób niewidomych i słabowidzących)

Metody dydaktyczne

Metody dydaktyczne wspierające osiągnięcie efektów uczenia się oraz działające na rzecz równości i równego zaangażowania wszystkich uczestników.

- Podawcze: miniwykład, prezentacje
- Angażujące: ćwiczenia indywidualne i w grupach
- Inkluzywne: konsultacje, przygotowanie pytań do wykładowcy

Literatura obowiązkowa:

1. Bringhurst R. (2009). *Elementarz stylu w typografii*. Kraków: d2d.pl.
2. Mitchell M., Wightman S. (2012). *Typografia książki. Podręcznik projektanta*. Kraków: d2d.pl.

Literatura uzupełniająca:

1. Houston K. (2015). *Ciemne typki. Sekretne życie znaków typograficznych*. Kraków: d2d.pl.
2. Houston K. (2017). *Książka. Najpotężniejszy przedmiot naszych czasów zbadany od deski do deski*. Kraków: Karakter.

warsztaty - Wprowadzenie do audiodeskrypcji i tyflografiki

Opis:

Ćwiczenia w ramach przedmiotu Wprowadzenie do audiodeskrypcji i tyflografiki mają na celu rozwijanie wszechstronnych umiejętności projektowych i artystycznych osób studiujących, z uwzględnieniem udziału użytkownika dla którego projektujemy w procesie projektowym. Taka formuła pozwala zobiektywizować proces projektowy gdyż rozumienie lub niezrozumienie przygotowanej tyflografiki wynika z obiektywnych szczególnych potrzeb odbiorcy. Jest to formuła pozwalająca kształtować empatię, cierpliwość i pokorę w procesie projektowym. Ćwiczenia te

obejmują różnorodne aspekty tworzenia tyflografik i audiodeskrypcji i angażują studentów w praktyczne projekty, które rozwijają ich kreatywność, warsztatowe umiejętności oraz kompetencje w pracy indywidualnej jak też w zakresie współpracy w zespołach.

Treści:

- Normy prawne z zakresie projektowania uniwersalnego i równego traktowania osób ze szczególnymi potrzebami
- Zagadnienia percepcyjne
- Zasady i wytyczne w zakresie projektowania tyflografik i pisanie audiodeskrypcji
- Analiza i badania potrzeb użytkowników ze szczególnymi potrzebami na przykładzie osób niewidomych
- Analiza potrzeb klienta
- Przekład intersemiotyczny
- Budowanie architektury informacji w tyflografice i audiodeskrypcji
- Przegląd technologii wykonywania tyflografik
- Projektowanie tyflografik
- Weryfikacja czytelności tyflografiki z osobą niewidomą

Przykładowe zadania:

- Projekt prostej książki z ilustracjami dotykowymi dla dla dzieci niewidomych (wykonany z różnych materiałów i faktur) sprawdzany z osobą niewidomą.
- Projekt dotykowej ilustracji botanicznej (wykonany w druku puchnącym) sprawdzany z osobą niewidomą.
- Projekt dotykowej mapy (wykonany w druku puchnącym), sprawdzany z osobą niewidomą.

Metody dydaktyczne

Metody dydaktyczne wspierające osiągnięcie efektów uczenia się oraz działające na rzecz równości i równego zaangażowania wszystkich uczestników.

- Podawcze: wykład, prezentacja
- Angażujące: realizacja indywidualnych projektów w ramach zajęć, praca w grupach, konsultacje projektów z osobą z niepełnosprawnością wzroku
- Inkluzywne: indywidualne korekty, prowadzący bierze pod uwagę zróżnicowany poziom

Literatura obowiązkowa:

1. Edman, P. K. (1992). *Tactile Graphics*. New York: AFB (American Foundation for the Blind).
2. Kowalski, K. (2024). *Włącznik 2.0: Projektowanie bez barier*. Warszawa: Fundacja Integracja. Dostęp online: [Włącznik – Integracja.org](https://www.wlacznik.org)
3. Więckowska, E. (Red.). (2011). *Zasady tworzenia i adaptowania grafiki dla uczniów niewidomych: Instrukcja tworzenia i adaptowania ilustracji i materiałów tyflograficznych dla uczniów niewidomych*. Warszawa: Polski Związek Niewidomych. Dostęp online: https://pzn.org.pl/wp-content/uploads/2016/07/instrukcja_tworzenia_i_adaptowania_ilustracji_i_materialow_tyflograficznych_dla_niewidomych.pdf
4. Zgromadzenie Ogólne Narodów Zjednoczonych. (2012). *Konwencja ONZ o prawach osób niepełnosprawnych*. Dostęp online: <https://www.un.org/esa/socdev/enable/documents/tccconvs.pdf>
5. Ustawa z dnia 19 lipca 2019 r. o zapewnianiu dostępności osobom ze szczególnymi potrzebami. *Dziennik Ustaw*, 2019, poz. 1696. Dostęp online: <https://isap.sejm.gov.pl/isap.nsf/download.xsp/WDU20190001696/T/D20191696L.pdf>

Literatura uzupełniająca:

1. Keller, H. (1978). *Historia mojego życia* (J. Sujkowska, Trans.). Warszawa: Wydawnictwo Czytelnik.
2. Pallasmaa, J. (2012). *Oczy skóry. Architektura i zmysły* (M. Choptiany, Trans.). Kraków: Instytut Architektury.
3. Pietrowiak, K. (2015). Koleiny i bezdroża widzialności: Osoby niewidome wobec widzenia i bycia widzialnym. *LUD*, 99, 271–295.
4. *Katalog z warsztatów Kaverljagworkshop 016 – Insects for the blind and partially sighted: Žuželke od blizu* (2012). Koper.
5. Powszechna Deklaracja Praw Człowieka. [Powszechna Deklaracja Praw Człowieka](#)
6. Dyrektywa Rady Nr 2000/78/WE z dnia 27 listopada 2000 roku w sprawie ustanowienia ogólnych ram równego traktowania przy zatrudnieniu i wykonywaniu zawodu. [DYREKTYWA RADY NR 2000/78/WE z dnia 27 listopada 2000 roku w sprawie ustanowienia ogólnych ram równego traktowania przy zatrudnieniu](#)
7. Białek, I. Perdeus-Białek M. (1999/2017). *Świat mojej wyobraźni*. [Ireneusz Białek - Świat mojej wyobraźni](#)
8. Białek, I. Perdeus-Białek M. (2003). *Widzieć, to znaczy przewidywać przyszłość*. [Studio Reportażu i Dokumentu | Widzieć, to znaczy przewidywać przyszłość](#)

Weryfikacja efektów uczenia się

	Forma weryfikacji	Warunek zaliczenia
Metoda 1	projekty indywidualne - zestaw wymaganych zadań z zakresu grafiki edytorskiej i tyflografiki	– minimalna liczba punktów konieczna do zaliczenia: 30 – maksymalna liczba punktów do zdobycia: 60
Metoda 2	przegląd projektów - prezentacja wymaganych zadań w formie portfolio i prezentacja portfolio	– minimalna liczba punktów konieczna do zaliczenia: 10 – maksymalna liczba punktów do zdobycia: 20
Metoda 3	konsultacje - aktywne konsultowanie wymaganych zadań	– minimalna liczba punktów konieczna do zaliczenia: 11 – maksymalna liczba punktów do zdobycia: 20

Ocena końcowa

Warunkiem uzyskania oceny pozytywnej z przedmiotu jest zdobycie minimalnej liczby punktów określonej dla każdego zadania. Obecność na zajęciach jest obowiązkowa. Ocena z przedmiotu wystawiana jest na podstawie sumy punktów zgodnie z poniższą skalą i progami:

91 – 100 punktów oznacza 5 (bardzo dobry)

81 – 90 punktów oznacza 4+ (dobry plus)

71 – 80 punktów oznacza 4 (dobry)

61 – 70 punktów oznacza 3+ (dostateczny plus)

51 – 60 punktów oznacza 3 (dostateczny)

poniżej 51 punktów oznacza 2 (niedostateczny), przedmiot musi być powtórzony.

specjalność: Projektowanie doświadczeń użytkownika (UX)

KARTA PRZEDMIOTU			
Nazwa przedmiotu: Badania w projektowaniu UX 2		Formy: warsztaty	Obligatoryjność: specjalnościowy
Kierunek studiów: Grafika reklamowa i multimedia specjalność: Projektowanie doświadczeń użytkownika (UX)		Poziom studiów: studia pierwszego stopnia	Język wykładowy: polski
Forma studiów: studia stacjonarne (ST) studia niestacjonarne (NST)	Semestr: 4 (ST, NST)	Liczba godzin w planie studiów: studia stacjonarne: 30h studia niestacjonarne: 24h	Nakład pracy: Liczba punktów ECTS: 2 Liczba godzin pracy: 50

Miejsce przedmiotu w programie studiów

Przedmiot „Badania w projektowaniu UX 2” jest kontynuacją „Badań w projektowaniu UX 1”. Na warsztatach wykorzystywane są kompetencje pozyskane na przedmiotach „Badania w procesie projektowym”, „Badania jakościowe w procesie projektowym”, „Prawo i etyka”, „Architektura informacji i narzędzia w procesie projektowym”, „Kompetencje społeczne i akademickie” oraz „Wprowadzenie do pracy w zespole”. Jest komplementarny dla przedmiotu „Strategia UX”, a wykorzystanie i pogłębienie zdobywanych efektów uczenia się następuje na przedmiotach „Analityka internetowa”, „Modelowanie i architektura produktu 1” oraz na cyklach „Projektowanie interfejsów użytkownika” i „UX – warsztaty projektowe”, a także podczas pracy nad dyplomem.

Efekty uczenia się

Kod kierunkowego efektu uczenia się	Przedmiotowe efekty uczenia się	Weryfikacja efektów uczenia się
GRM1_W03	Student(ka) w zaawansowanym stopniu zna i rozumie zasady stosowania i doboru metod badawczych i analitycznych w procesie projektowania UX na etapie testowania rozwiązań.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_U03	Student(ka) potrafi zastosować adekwatne metody badawcze i analityczne, i na podstawie pozyskanych z ich wykorzystaniem wyników dokonywać ewaluacji realizowanego projektu UX.	Metoda 1 Metoda 2

GRM1_U04	Student(ka) potrafi efektywnie komunikując się z przyszłymi użytkownikami produktu i mając na uwadze zasady projektowania zorientowanego na użytkownika, zrealizować podstawowe badania ilościowe, zgodnie z logiką procesu badawczego potrzebnego do weryfikacji produktu UX na etapie testowania.	Metoda 2
GRM1_U14	Student(ka) potrafi współpracować w grupie, dzielić się pracą z pozostałymi członkami zespołu oraz odpowiedzialnie i terminowo realizować powierzone zadania realizowanego projektu badawczego potrzebnego do weryfikacji produktu UX na etapie testowania.	Metoda 3
GRM1_K01	Student(ka) jest gotów(-owa) do refleksji nad wynikami realizowanych przez siebie badań jakościowych, pozyskania i odbioru informacji wykorzystywanych weryfikacji funkcjonalności produktu UX w procesie projektowym.	Metoda 2

Opis i treści programowe
warsztaty
<p>Opis: Zadaniem przedmiotu jest ćwiczona umiejętność z obszaru przygotowywania badań weryfikacyjnych, ich realizacji oraz wykorzystania w projektowaniu doświadczeń użytkownika, poprzez właściwe interpretowanie danych i formułowanie rekomendacji projektowych, co pozwoli przyszłym osobom projektującym na dokonywanie wyborów projektowych motywowanych potrzebami i oczekiwaniami użytkowników i użytkowniczek projektowanych rozwiązań.</p>
<p>Treści:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Planowanie badań w procesie. Definiowanie celów badań oraz pytań badawczych. – Przygotowanie do prowadzenia obserwacji. – Przygotowanie warsztatów badawczych. Przygotowanie agendy warsztatu co-creation. – Prowadzenie testu użyteczności z elementami eksploatacyjnymi. Stworzenie planu testu. Przygotowanie kryteriów rekrutacji. Przygotowanie scenariusza badania. – Analiza danych ilościowych. Definiowanie metryk do projektu. – Przeprowadzenie analizy heurystycznej. Tworzenie listy kontrolnej. – Opracowywanie sprawozdania lub raportu z badania. Omówienie zasad tworzenia raportu. – Opracowanie planu raportu. – Przygotowanie fragmentu z przeprowadzonego badania użyteczności raportu w formie executive summary. – Zadania praktyczne takie jak: Realizacja grupowego projektu badawczego dotyczącego badań zorientowanych na doświadczeniu użytkownika na etapie testowania.
<p>Metody dydaktyczne Metody dydaktyczne wspierające osiągnięcie efektów uczenia się oraz działające na rzecz równości i równego zaangażowania wszystkich uczestników.</p> <ul style="list-style-type: none"> – Podawcze: krótkie prezentacje wprowadzające do realizowanych ćwiczeń

- Angażujące: projekt zespołowy, ćwiczenia indywidualne i zespołowe, dyskusja, prezentacja na forum grupy, burza mózgów
- Inkluzywne: korekty i rozmowy indywidualne, zwrócenie uwagi na specyficzne potrzeby edukacyjne osób studiujących np. poprzez możliwość podziału zadań w ramach pracy grupowej.

Literatura obowiązkowa:

1. Fabricant, R., & Kuang, C. (2022). *User Friendly: Jak niewidoczne zasady projektowania zmieniają nasze życie, pracę i rozrywkę*. Kraków: Karakter. [Fragmenty wskazane przez wykładowcę]
2. Mościchowska, I., & Rogoś-Turek, B. (2015). *Badania jako podstawa projektowania User Experience*. Warszawa: [wydawnictwo nieznane]. [Fragmenty wskazane przez wykładowcę]

Literatura uzupełniająca:

1. Eyal, N., & Hoover, R. (2016). *Skuszeni: Jak tworzyć produkty kształtujące nawyki konsumenckie*. Gliwice: OnePress.
2. Eyal, N. (2020). *Nierozpraszalni: Jak panować nad uwagą i decydować o swoim życiu*. Gliwice: OnePress.
3. Gorączka, A., & Protasiuk, M. (2022). *Gamification: Jak wygrać zaangażowanie respondenta*. Warszawa: PWN.
4. Krug, S. (2014). *Nie każ mi myśleć! O życiowym podejściu do funkcjonalności stron internetowych*. Gliwice: Helion. [Fragmenty wskazane przez wykładowcę]
5. Levy, J. (2017). *Strategia UX: Jak tworzyć innowacyjne produkty cyfrowe, które spotkają się z uznaniem rynku*. Gliwice: Helion.
6. Nunnally, B., & Farkas, D. (2018). *Badanie UX*. Gliwice: OnePress.
7. Weinschenk, S. M. (2021). *100 rzeczy, które każdy projektant powinien wiedzieć o potencjalnych klientach*. Gliwice: Helion. [Fragmenty wskazane przez wykładowcę]

Weryfikacja efektów uczenia się

	Forma weryfikacji	Warunek zaliczenia
Metoda 1	kolokwium	<ul style="list-style-type: none"> – minimalna liczba punktów konieczna do zaliczenia: 21 – maksymalna liczba punktów do zdobycia: 40
Metoda 2	projekt grupowy: badanie zorientowane na doświadczenie użytkownika na etapie testowania	<ul style="list-style-type: none"> – minimalna liczba punktów konieczna do zaliczenia: 25 – maksymalna liczba punktów do zdobycia: 50
Metoda 3	praca w grupie	<ul style="list-style-type: none"> – minimalna liczba punktów konieczna do zaliczenia: 5 – maksymalna liczba punktów do zdobycia: 10

Ocena końcowa

Warunkiem uzyskania oceny pozytywnej z przedmiotu jest zdobycie minimalnej liczby punktów określonej dla każdego zadania. Obecność na zajęciach jest obowiązkowa. Ocena z przedmiotu wystawiana jest na podstawie sumy punktów zgodnie z poniższą skalą i progami:

91 – 100 punktów oznacza 5 (bardzo dobry)

81 – 90 punktów oznacza 4+ (dobry plus)

71 – 80 punktów oznacza 4 (dobry)

61 – 70 punktów oznacza 3+ (dostateczny plus)

51 – 60 punktów oznacza 3 (dostateczny)

poniżej 51 punktów oznacza 2 (niedostateczny), przedmiot musi być powtórzony.

KARTA PRZEDMIOTU

Nazwa przedmiotu: Proces projektowy 1		Formy: warsztaty	Obligatoryjność: specjalnościowy
Kierunek studiów: Grafika reklamowa i multimedia specjalność: Projektowanie doświadczeń użytkownika (UX)		Poziom studiów: studia pierwszego stopnia	Język wykładowy: polski
Forma studiów: studia stacjonarne (ST) studia niestacjonarne (NST)	Semestr: 4 (ST, NST)	Liczba godzin w planie studiów: studia stacjonarne: 48h studia niestacjonarne: 30h	Nakład pracy: Liczba punktów ECTS: 2 Liczba godzin pracy: 50

Miejsce przedmiotu w programie studiów

Przedmiot „Proces projektowy 1” poświęcony jest pogłębianiu umiejętności z zakresu metodyki projektowania skierowanego na użytkownika i w tym zakresie korzysta z treści przedmiotów z poprzednich semestrów – „Architektura informacji i narzędzia w projektowaniu”, Narzędzia prowadzenia warsztatów i facylitacji spotkań” i „Wprowadzenie do pracy w zespole”. Obecne na warsztatach elementy projektowania partycypacyjnego i uniwersalnego sprawiają, że jest komplementarny dla odbywającego się równolegle cyklu „Projektowanie uniwersalne”. Ważnym elementem przedmiotu „Proces projektowy 1” jest też budowanie świadomości, że projektowanie ma potencjał oddziaływania społecznego i środowiskowego, w czym pomaga wiedza i umiejętności z przedmiotu „Socjologia sztuki i projektowania”. Kontynuacją przedmiotu jest „Proces projektowy 2”, a kompetencje zdobyte na tym cyklu będą wykorzystywane w toku wszystkich projektów prowadzonych w ramach innych przedmiotów, w tym podczas praktyk zawodowych oraz pracy nad dyplomem.

Efekty uczenia się

Kod kierunkowego efektu uczenia się	Przedmiotowe efekty uczenia się	Weryfikacja efektów uczenia się
GRM1_W03	Student(ka) w średniozaawansowanym stopniu zna i rozumie zasady i przebieg procesów projektowych typowych dla projektowania UX.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_W12	Student(ka) w zaawansowanym stopniu zna szeroki kontekst społeczny, rynkowy i polityczny procesów projektowych UX, a także rozumie zależności pomiędzy procesem projektowym a teoriami właściwymi dla dizajnu.	Metoda 1 Metoda 2

GRM1_U01	Student(ka) potrafi wykorzystywać posiadaną wiedzę do prowadzenia procesu projektowego w zakresie projektowania UX.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_U03	Student(ka) potrafi w procesie projektowym właściwie ocenić dobór narzędzi badawczych i analitycznych do formułowania założeń, realizacji i ewaluacji projektów z zakresu projektowania UX.	Metoda 2
GRM1_U05	Student(ka) potrafi w procesie projektowym generować rozwiązania o potencjale wdrożeniowym przez formułowanie problemów projektowych w oparciu o wiedzę na temat potrzeb rynku i użytkownika projektowanych rozwiązań.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_U14	Student(ka) potrafi planować i organizować indywidualny oraz zespołowy proces projektowy z zakresu projektowania doświadczeń użytkownika, wykorzystując do tego odpowiednie narzędzia charakterystyczne dla zespołów interdyscyplinarnych .	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_K03	Student(ka) jest gotów(-owa) do celowego i świadomego korzystania z własnej wyobraźni, intuicji, emocjonalności i zdolności do twórczego myślenia w trakcie procesu projektowego i sterowania tym procesem w warunkach zmiennych.	Metoda 1
GRM1_K06	Student(ka) jest gotów(-owa) do myślenia i działania w sposób przedsiębiorczy w trakcie planowania i prowadzenia procesu projektowego w zakresie projektowania UX.	Metoda 1

Opis i treści programowe

warsztaty

Opis:

Warsztaty mają na celu rozwijanie wszechstronnych umiejętności projektowych osób studiujących. Przedmiot jest zorientowany na rozwinięcie zaawansowanym umiejętności współpracy w grupie (zespole projektowym) oraz wychodzenia z rozwiązaniami do ich docelowych użytkowników (prototypy, eksperymenty, badania).

W ramach kursu osoby studenckie przechodzą przez pełen proces projektowy – od momentu dostrzeżenia i definiowania problemów projektowych w najbliższym otoczeniu oraz rozwiązaniach cyfrowych, z których korzystają na co dzień – przez gromadzenie inspiracji i danych – aż po planowanie i realizację różnych wariantów procesu. Różnorodne doświadczenia pozwolą wykształcić podejście otwarte i empatyczne oraz elastyczność niezbędną do prowadzenia profesjonalnych działań projektowych, w zmieniającym się środowisku technologicznym. Istotnym aspektem będzie podkreślenie roli inkluzywności oraz ko-projektowania wspólnie z użytkownikami, w celu jak najpełniejszego adresowania i rozwiązywania problemów. Oprócz umiejętności praktycznych i wiedzy narzędziowej, kurs dostarczy też doświadczeń pomagających w budowaniu własnej wizji pracy projektowej – zorientowanej na dobro użytkowników, ale też własny dobrostan (higiena pracy).

Warsztaty obejmują różnorodne aspekty myślenia projektowego i angażują studentów i studentki w praktyczne projekty, które rozwijają ich kreatywność, warsztatowe umiejętności oraz kompetencje w pracy indywidualnej jak też w zakresie współpracy w zespołach.

Treści:

- Proces projektowy i jego rodzaje – teoria
- Odpowiedzialność społeczna projektanta
- Zbieranie wymagań: struktura komunikacji z klientem
- Raportowanie informacji z badań – artefakty projektowe (persony, scenariusze, customer journey i inne)
- Zwinna ideacja (różne rodzaje sprintów projektowych) i design studio
- Krytyka designu – jak dawać wartościowe informacje zwrotne?
- Estymacje i wyceny – jak przełożyć zadania w procesie na roadmapę działania
- Modelowanie w procesie – elementy architektury informacji w praktyce
- Projektowanie interakcji – jak przełożyć wiedzę zdobytą podczas badań na rozwiązanie
- Prototypowanie i testy użyteczności
- Wdrażanie – podstawy wiedzy o tym, jak wyglądają przygotowania do wdrożenia

Ćwiczenia praktyczne:

Celem ćwiczenia jest zaprojektowanie koncepcji produktu lub usługi, która będzie narzędziem do zarządzania projektami. Studenci dzielą się na zespoły 4-5 osobowe, każdy zespół prowadzi własną analizę istniejących rozwiązań, analizuje swoje doświadczenia, prowadzi badania użytkowników i wykorzystuje wiedzę zdobytą w trakcie prezentacji. Zespoły muszą wziąć pod uwagę wyzwania i potrzeby przyszłości, uwzględniając zmieniające się trendy technologiczne, społeczne i ekologiczne. Efektem ma być kompletna prezentacja podsumowująca przebieg procesu projektowego powyższego ćwiczenia.

Metody dydaktyczne:

Metody dydaktyczne wspierające osiągnięcie efektów uczenia się oraz działające na rzecz równości i równego zaangażowania wszystkich uczestników.

- Podawcze: prezentacja multimedialna, studium przypadku
- Angażujące: dyskusja, realizacja indywidualnych zadań w ramach zajęć, projekty zespołowe, konsultacje projektowe, konsultacje indywidualne

Literatura obowiązkowa:

1. Dubberly H. (2004). *How do you design? A compendium of models*, Dubberly Design Office
2. Greever T. (2017). *Projekt doskonały. Zadbaj o komunikację z klientem, wysoki poziom UX i zdrowy rozsądek*, Helion, Gliwice
3. Knapp J., Zeratsky J., Kowitz B. (2017). *Pięciodniowy sprint. Rozwiązywanie trudnych problemów i testowanie pomysłów*, Gliwice: Wydawnictwo Helion.

Literatura uzupełniająca:

1. Fabricant R., Kuang C. (2022). *User friendly. Jak niewidoczne zasady zmieniają nasze życie, pracę i rozrywkę*. Kraków: Karakter
2. Krug S. (2022). *Nie każ mi myśleć! O życiowym podejściu do funkcjonalności stron internetowych*, Gliwice: Helion
3. Mandeville Z. (2019). *Przyszłość będzie techniczna: Modułowy esej o naszej optymistycznej przyszłości*, [internet](#)
4. Mościchowska I., Rogoś-Turek B. (2015). *Badania jako podstawa projektowania User Experience*, Warszawa: Wydawnictwo PWN
5. Norman D. (2015). *Wzornictwo i emocje. Dlaczego kochamy lub nienawidzimy rzeczy powszednie*, Warszawa: Arkady

6. Papanek V. (2023). *Design dla realnego świata. Środowisko człowieka i zmiana społeczna*, d2d, Kraków

Weryfikacja efektów uczenia się

	Forma weryfikacji	Warunek zaliczenia
Metoda 1	projekt praktyczny: przeprowadzenie modelowego procesu projektowego, który ma pomóc w zaprojektowaniu rozwiązania do zarządzania projektami	– minimalna liczba punktów konieczna do zaliczenia: 31 – maksymalna liczba punktów do zdobycia: 60
Metoda 2	przegląd projektów studenckich w obecności studentów	– minimalna liczba punktów konieczna do zaliczenia: 20 – maksymalna liczba punktów do zdobycia: 40

Ocena końcowa

Warunkiem uzyskania oceny pozytywnej z przedmiotu jest zdobycie minimalnej liczby punktów określonej dla każdego zadania. Obecność na zajęciach jest obowiązkowa. Ocena z przedmiotu wystawiana jest na podstawie sumy punktów zgodnie z poniższą skalą i progami:

91 – 100 punktów oznacza 5 (bardzo dobry)

81 – 90 punktów oznacza 4+ (dobry plus)

71 – 80 punktów oznacza 4 (dobry)

61 – 70 punktów oznacza 3+ (dostateczny plus)

51 – 60 punktów oznacza 3 (dostateczny)

poniżej 51 punktów oznacza 2 (niedostateczny), przedmiot musi być powtórzony.

KARTA PRZEDMIOTU

Nazwa przedmiotu: Projektowanie interfejsów użytkownika 2		Formy: warsztaty	Obligatoryjność: specjalnościowy
Kierunek studiów: Grafika reklamowa i multimedia specjalność: Projektowanie doświadczeń użytkownika (UX)		Poziom studiów: studia pierwszego stopnia	Język wykładowy: polski
Forma studiów: studia stacjonarne (ST) studia niestacjonarne (NST)	Semestr: 4 (ST, NST)	Liczba godzin w planie studiów: studia stacjonarne: 30h studia niestacjonarne: 24h	Nakład pracy: Liczba punktów ECTS: 2 Liczba godzin pracy: 50

Miejsce przedmiotu w programie studiów

„Projektowanie interfejsów użytkownika 2” rozwija kompetencje nabyte w poprzednim semestrze na przedmiocie „Projektowanie interfejsów użytkownika 1” o aspekt projektowania design systemów w tym takich ich elementów, jak: wzorce projektowe, wytyczne i zasady ich implementacji oraz przygotowanie dokumentacji. Cykl „Projektowanie interfejsów użytkownika” uzupełnia treści związane z UX o zaawansowane treści wizualne i wprowadza narzędzia, które będą wykorzystywane na innych przedmiotach specjalności Projektowanie doświadczeń użytkownika (UX), podczas pracy nad projektem dyplomowym i w pracy zawodowej.

Efekty uczenia się

Kod kierunkowego efektu uczenia się	Przedmiotowe efekty uczenia się	Weryfikacja efektów uczenia się
GRM1_W01	Student(ka) zna w zaawansowanym stopniu zasady tworzenia zróżnicowanych elementów interfejsu i sposoby ich oddziaływania w kontekście projektowania doświadczeń użytkownika oraz rozumie ich wpływ na praktykę projektowania design systemu.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_W05	Student(ka) zna i rozumie ekonomiczne uwarunkowania tworzenia i implementacji projektów design systemów.	Metoda 2
GRM1_U03	Student(ka) potrafi ocenić dobór narzędzi badawczych i analitycznych do formułowania założeń, realizacji i projektowania design systemu.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_U05	Student(ka) potrafi projektować design systemy o potencjale wdrożeniowym odpowiadające na sformułowane wcześniej problemy projektowe i z uwzględnieniem potrzeb użytkowników.	Metoda 1 Metoda 2

GRM1_K01	Student(ka) jest gotów(-owa) do świadomej oraz krytycznej oceny informacji pozyskanych na potrzeby procesu tworzenia design systemu i na tej podstawie dokonuje świadomych wyborów projektowych w trakcie przygotowywania poszczególnych jego elementów.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_K11	Student(ka) jest gotów(-owa) do samodzielnego tworzenia design systemów w oparciu o poprawnie przeprowadzony proces projektowy.	Metoda 1 Metoda 2

Opis i treści programowe	
warsztaty	
<p>Opis: „Projektowanie interfejsów użytkownika 2” to zaawansowany kurs, który pogłębia wiedzę i umiejętności zdobyte w ramach „Projektowanie interfejsów użytkownika 1”. Przedmiot rozwija umiejętności zdobyte w poprzednim semestrze, kładąc nacisk na zapoznanie się z koncepcją tzw. design systemów i projektowanie ich elementów takich jak: wzorce projektowe, wytyczne i zasady ich implementacji oraz przygotowanie dokumentacji. W trakcie zajęć pogłębione zostają wiedza i kompetencje dotyczące wzorców projektowych wybranych komponentów interfejsu użytkownika, zasad i dobrych praktyk projektowania design systemów oraz wykorzystania oprogramowania wspierającego osoby projektujące w tworzeniu design systemów.</p>	
<p>Treści: Projektowanie Design Systemu:</p> <ul style="list-style-type: none"> – omówienie koncepcji <i>Atomic Design</i>, – wprowadzenie do projektowania systemów wzorców projektowych (tzw. design systems), – omówienie i ćwiczenie procesu budowania elementów składowych design systemów: <i>variables</i>, proste i złożone komponenty, różnicowanie elementów <i>desktop/mobile</i>, – praca na tokenach w praktyce, – tworzenie dokumentacji komponentów, tzw. <i>hand-off</i> dla programistów: pełna specyfikacja i dokumentacja. <p>Dobre praktyki:</p> <ul style="list-style-type: none"> – omówienie dobrych praktyk dotyczących i tworzenia i wykorzystania design systemów, – zapoznanie się z wiodącymi systemami stosowanymi w firmach takich jak Apple, Google, Uber, IBM oraz analiza tych rozwiązań. <p>Obsługa oprogramowania Figma:</p> <ul style="list-style-type: none"> – omówienie sposobów wykorzystania oprogramowania do tworzenia design systemu i jego dokumentacji, – ćwiczenia z obsługi oprogramowania Figmy na potrzeby procesu tworzenia design systemu. <p>Ćwiczenia praktyczne takie jak:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tworzenie biblioteki komponentów i zmiennych stylistycznych takich jak palety kolorów, wielkości, odległości, obrysów, style typograficzne - Opracowanie dokumentacji zawierającej specyfikację wybranych komponentów 	

Metody dydaktyczne

Metody dydaktyczne wspierające osiągnięcie efektów uczenia się oraz działające na rzecz równości i równego zaangażowania wszystkich uczestników.

- Podawcze: prezentacja multimedialna, studium przypadku
- Angażujące: projekt indywidualny, projekt grupowy, dyskusja nad rozwiązaniami,
- Inkluzywne: indywidualne wsparcie dla studentów w zakresie ich projektów

Literatura obowiązkowa:

1. Frost B., *Atomic Design*, Brad Frost, 2016 (dostępne online: <https://atomicdesign.bradfrost.com/>)
2. Badura C (2022)., *UXUI. Design Zoptymalizowany. Manual Book*, Helion , Gliwice
3. (World Wide Web Consortium); *Web Content Accessibility Guidelines (WCAG) 2.2*, <https://www.w3.org/TR/WCAG22/>, (dostęp 10 czerwca 2024)
4. Anne J., M.Suarez, K. Saylor-Miller, D. Mounter, R. Stanfield, *Design Systems Handbook* (DesignBetter.co); <https://www.designbetter.co/design-systems-handbook>; (Dostęp 15 sierpnia 2018)

Literatura uzupełniająca:

1. Sikorski M. (2010), *Interakcja Człowiek-komputer*; Wydawnictwo PJWSTK; Warszawa
2. Kuang C., Fabricant R. (2022). *User Friendly. Jak niewidoczne zasady projektowania zmieniają nasze życie, pracę i rozrywkę*, Kraków [fragmenty wskazane]

Weryfikacja efektów uczenia się

	Forma weryfikacji	Warunek zaliczenia
Metoda 1	Ocena wykonanego zestawu ćwiczeń praktycznych	<ul style="list-style-type: none">– minimalna liczba punktów konieczna do zaliczenia: 35– maksymalna liczba punktów do zdobycia: 60
Metoda 2	Przegląd prac studenckich w obecności studenta	<ul style="list-style-type: none">– minimalna liczba punktów konieczna do zaliczenia: 16– maksymalna liczba punktów do zdobycia: 40

Ocena końcowa

Warunkiem uzyskania oceny pozytywnej z przedmiotu jest zdobycie minimalnej liczby punktów określonej dla każdego zadania. Obecność na zajęciach jest obowiązkowa. Ocena z przedmiotu wystawiana jest na podstawie sumy punktów zgodnie z poniższą skalą i progami:

91 – 100 punktów oznacza 5 (bardzo dobry)

81 – 90 punktów oznacza 4+ (dobry plus)

71 – 80 punktów oznacza 4 (dobry)

61 – 70 punktów oznacza 3+ (dostateczny plus)

51 – 60 punktów oznacza 3 (dostateczny)

poniżej 51 punktów oznacza 2 (niedostateczny), przedmiot musi być powtórzony.

KARTA PRZEDMIOTU

Nazwa przedmiotu: Modelowanie i architektura produktu 1		Formy: warsztaty	Obligatoryjność: specjalnościowy
Kierunek studiów: Grafika reklamowa i multimedia specjalność: Projektowanie doświadczeń użytkownika (UX)		Poziom studiów: studia pierwszego stopnia	Język wykładowy: polski
Forma studiów: studia stacjonarne (ST) studia niestacjonarne (NST)	Semestr: 4 (ST, NST)	Liczba godzin w planie studiów: studia stacjonarne: 30h studia niestacjonarne: 24h	Nakład pracy: Liczba punktów ECTS: 2 Liczba godzin pracy: 50

Miejsce przedmiotu w programie studiów

„Modelowanie i architektura produktu 1” poświęcony jest szeroko pojętemu projektowaniu produktów i usług cyfrowych oraz elementów projektowania systemów organizacji treści, opiera się więc przede wszystkim na kompetencjach uzyskanych przez osoby studiujące na przedmiotach „Architektura informacji i narzędzia w projektowaniu”, „Wstęp do projektowania doświadczeń użytkownika”, „Strategia UX” i „Badania w procesie UX 1” oraz na wcześniejszych kierunkowych przedmiotach dedykowanych badaniom w procesie projektowym. W zakresie prezentowania i argumentowania wspierają go kompetencje zdobyte na pierwszym semestrze na przedmiocie – „Kompetencje społeczne i akademickie”. Jest komplementarny dla „Badań w procesie UX 2”, a jego rozwinięciem jest „Modelowanie i architektura produktu 2”.

Efekty uczenia się

Kod kierunkowego efektu uczenia się	Przedmiotowe efekty uczenia się	Weryfikacja efektów uczenia się
GRM1_W11	Student(ka) zna i rozumie zaawansowane narzędzia i techniki modelowania produktów cyfrowych.	Metoda 1 Metoda 2 Metoda 3
GRM1_U02	Student(ka) potrafi dokonać selekcji, analizy i krytycznej oceny informacji w toku pracy nad modelowaniem produktu cyfrowego na potrzeby realizacji zadań z grafiki interaktywnej.	Metoda 2 Metoda 3
GRM1_U03	Student(ka) potrafi oceniać przydatność wybranych narzędzi analitycznych i badawczych do modelowania produktów cyfrowych.	Metoda 1 Metoda 2 Metoda 3

GRM1_U05	Student(-tka) potrafi definiować problemy projektowe oraz modelować produkty cyfrowe w oparciu o wiedzę na temat potrzeb biznesowych oraz użytkowników o potencjale wdrożeniowym.	Metoda 1 Metoda 2 Metoda 3
GRM1_U07	Student(ka) potrafi dobrać odpowiednie narzędzia warsztatu projektowego do modelowania produktów cyfrowych.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_U14	Student(ka) potrafi indywidualnie oraz zespołowo planować i organizować proces projektowy z zakresu modelowania produktów cyfrowych.	Metoda 2 Metoda 3
GRM1_K01	Student(-tka) jest gotów(-owa) do świadomej oraz krytycznej oceny pozyskanych informacji i na tej podstawie dokonuje świadomych wyborów projektowych w procesie modelowania produktu cyfrowego.	Metoda 1 Metoda 2 Metoda 3
GRM1_K02	Student(-ka) jest gotów(-owa) do umiejętnego korzystania z własnej wiedzy i doświadczenia oraz konstruktywnej współpracy ze specjalistami również z różnych dyscyplin	Metoda 2
GRM1_K03	Student(-ka) jest gotów(-owa) do celowego i świadomego korzystania z własnej wyobraźni, intuicji, emocjonalności i zdolności do twórczego myślenia w trakcie modelowania produktów cyfrowych, również w warunkach zmiennych, a także w trakcie prezentowania efektów własnej pracy.	Metoda 1 Metoda 3
GRM1_K11	Student(-ka) jest gotów(-owa) do samodzielnej realizacji niezależnych projektów z zakresu modelowania produktów cyfrowych w oparciu o poprawnie przeprowadzony proces projektowy.	Metoda 2

Opis i treści programowe

warsztaty

Opis:

Zajęcia w ramach przedmiotu "Modelowanie i architektura produktu 1" mają na celu rozwinięcie umiejętności analitycznego oraz systemowego myślenia. Studenci(-tka) zdobędą praktyczne umiejętności z obszaru projektowania produktów i usług cyfrowych oraz elementów projektowania systemów organizacji treści. Istotnym aspektem kursu jest zbudowanie świadomości relacji pomiędzy charakterystyką użytkowników, celami biznesowymi a charakterystyką projektowanego produktu lub usługi cyfrowej.

W ramach przedmiotu studenci nabywają wiedzę oraz kompetencje umożliwiające im świadome i adekwatne kształtowanie charakterystyki i struktury produktów i usług cyfrowych. Zakres przedmiotu obejmuje w szczególności część procesu projektowego pomiędzy badaniami potrzeb i analizą biznesową a prototypowaniem. Studenci(-tka) powinni(-y) być w stanie zinterpretować wyniki przeprowadzonych badań i wymagania projektowe, aby na ich podstawie kompetentnie określić i wyselekcjonować historyjki użytkownika, zarekomendować zakres MVP i kolejnych rozwojów, zbudować diagramy przepływów dla kluczowych ścieżek oraz hierarchii rozwiązania cyfrowego, tak aby w kolejnym semestrze skupić się na projektowaniu adekwatnych wzorców

nawigacyjnych i wyszukiwania wspierających użytkownika. Ważnym elementem kursu jest przygotowanie do argumentowania swoich propozycji oraz ich prezentacji przed decydentami.

Treści:

Wprowadzenie do modelowania produktów cyfrowych

- Modelowanie w projektowaniu. Przybliżenie roli i miejsca modelowania w procesie projektowym, klasyfikacji i podejścia iteracyjnego w projektowaniu.

Modelowanie i mapowanie propozycji wartości

- Modelowanie propozycji wartości w odniesieniu do charakterystyki grupy docelowej

Modelowanie i mapowanie funkcji

- Definiowanie scenariuszy użycia i historyjek użytkownika (user scenario, use case, user story, job story)
- Metody priorytetyzacji historyjek i określanie funkcjonalności rozwiązania przy wykorzystaniu *user story mapping*
- MVP – znaczenie, problematyka, przykłady oraz praktyczne wykorzystanie

Modelowanie i mapowanie działań użytkowników

- Wykorzystanie diagramów synchronizacji (np. Customer Journey Map) z wcześniejszych etapów procesu projektowego w modelowaniu.
- Diagramy hierarchii w projektowaniu i ich przykłady. Praktyczna analiza diagramów hierarchii na przykładzie wybranych serwisów internetowych.
- Diagramy przepływów (user flow, task flow, wire flow) i ich przykłady. Tworzenie diagramów przepływów dla kluczowych procesów.
- Wykorzystanie wyników badań i analizy biznesowej w definiowaniu wyzwania projektowego pod kątem etapu modelowania i architektury informacji.

Metody dydaktyczne

Metody dydaktyczne wspierające osiągnięcie efektów uczenia się oraz działające na rzecz równości i równego zaangażowania wszystkich uczestników.

- Podawcze: przystępne metody wykładowe, liczne przykłady z życia oraz wizualizacje, mające na celu lepsze zrozumienie przerabianych zagadnień
- Angażujące: zadania praktyczne na własnych oraz zadanych przykładach, pozwalające sprawdzić swoje umiejętności zarówno pracy samodzielnej, jak w grupie
- Inkluzywne: przestrzeń na zadawanie pytań, robienie rzeczy „po swojemu” i popełnianie błędów; projektowa kultura feedbacku zakładająca szacunek do siebie nawzajem

Literatura obowiązkowa:

1. Kalbach J.(2017, *Mapowanie wrażeń. Kreowanie wartości przy pomocy ścieżek klienta, schematów usługi diagramów*, Gliwice: Helion
2. Morville P., Callender J. (2011), *Wzorce wyszukiwania. Projektowanie nowoczesnych wyszukiwarek*, Gliwice: Helion
3. Osterwalder A.(2016), *Projektowanie propozycji wartości*, Warszawa: ICAN

Literatura uzupełniająca:

1. Buxton B., (2007) *Sketching User Experiences: Getting the Design Right and the Right Design* (Interactive Technologies).
2. Rudera, P., Kortas, W., Cyrklaff-Gorczyca, M. (red.) (2024): *Architektura informacji. Teoria i praktyka*. Wydawnictwo Uniwersytetu Mikołaja Kopernika, Toruń.

Weryfikacja efektów uczenia się		
	Forma weryfikacji	Warunek zaliczenia
Metoda 1	Przygotowanie prezentacji.	<ul style="list-style-type: none"> – minimalna liczba punktów konieczna do zaliczenia: 5 – maksymalna liczba punktów do zdobycia: 10
Metoda 2	Projekt indywidualny lub grupowy – zaplanowanie i przeprowadzenie procesu projektowego dotyczącego produktów cyfrowych przy zastosowaniu odpowiednich narzędzi badawczych i analitycznych.	<ul style="list-style-type: none"> – minimalna liczba punktów konieczna do zaliczenia: 26 – maksymalna liczba punktów do zdobycia: 50
Metoda 3	Prezentacja projektów przed grupą oraz wykładowcą, połączona z krytyczną oceną zastosowanych rozwiązań.	<ul style="list-style-type: none"> – minimalna liczba punktów konieczna do zaliczenia: 20 – maksymalna liczba punktów do zdobycia: 40

Ocena końcowa
<p>Warunkiem uzyskania oceny pozytywnej z przedmiotu jest zdobycie minimalnej liczby punktów określonej dla każdego zadania. Obecność na zajęciach jest obowiązkowa. Ocena z przedmiotu wystawiana jest na podstawie sumy punktów zgodnie z poniższą skalą i progami:</p> <p>91 – 100 punktów oznacza 5 (bardzo dobry) 81 – 90 punktów oznacza 4+ (dobry plus) 71 – 80 punktów oznacza 4 (dobry) 61 – 70 punktów oznacza 3+ (dostateczny plus) 51 – 60 punktów oznacza 3 (dostateczny) poniżej 51 punktów oznacza 2 (niedostateczny), przedmiot musi być powtórzony.</p>

KARTA PRZEDMIOTU

Nazwa przedmiotu: Analityka internetowa		Formy: warsztaty	Obligatoryjność: specjalnościowy
Kierunek studiów: Grafika reklamowa i multimedia specjalność: Projektowanie doświadczeń użytkownika (UX)		Poziom studiów: studia pierwszego stopnia	Język wykładowy: polski
Forma studiów: studia stacjonarne (ST) studia niestacjonarne (NST)	Semestr: 4 (ST, NST)	Liczba godzin w planie studiów: studia stacjonarne: 30h studia niestacjonarne: 24h	Nakład pracy: Liczba punktów ECTS: 2 Liczba godzin pracy: 50

Miejsce przedmiotu w programie studiów

„Analityka internetowa” wykorzystuje kompetencje nabyte przez osoby studiujące na przedmiocie „Badania w projektowaniu UX” oraz poprzedzających go przedmiotach poświęconych badaniom w procesie projektowym. Umiejętności związane z analityką internetową są niezbędne na wszystkich przedmiotach związanych z interakcją człowiek–komputer (CHI) oraz projektowaniem doświadczeń użytkownika (UX). Przedmiot jest też ściśle powiązany z „Wizualizacją danych” (ostatni semestr studiów) i niezbędny zarówno podczas realizacji pracy dyplomowej, jak i w pracy zawodowej.

Efekty uczenia się

Kod kierunkowego efektu uczenia się	Przedmiotowe efekty uczenia się	Weryfikacja efektów uczenia się
GRM1_W03	Student(ka) w zaawansowanym stopniu zna i rozumie zasady i zakres wykorzystywania analityki internetowej w projektowaniu doświadczeń użytkownika UX.	Metoda 1 Metoda 2 Metoda 3
GRM1_U02	Student(ka) potrafi dokonać selekcji, analizy i krytycznej oceny informacji zdobytych za pomocą narzędzi analityki internetowej w celu lepszego zrozumienia potrzeb użytkownika.	Metoda 1 Metoda 2 Metoda 3
GRM1_U03	Student(ka) potrafi oceniać przydatność wybranych narzędzi analitycznych takich jak Google Analytics i śledzenie zachowań użytkowników do formułowania założeń, realizacji i ewaluacji projektów z zakresu projektowania UX.	Metoda 1 Metoda 2 Metoda 3

GRM1_U14	Student(ka) potrafi modyfikować indywidualny proces projektowy z zakresu grafiki interaktywnej w oparciu o dane wynikające z analizy i interpretacji danych ilościowych na temat prowadzonego projektu.	Metoda 1 Metoda 2 Metoda 3
GRM1_K01	Student(ka) jest gotów(-owa) do świadomej oraz krytycznej oceny informacji pozyskanych przy pomocy narzędzi analityki internetowej i dokonywania na tej podstawie świadomych wyborów projektowych w procesie tworzenia dzieła interaktywnego.	Metoda 1 Metoda 2 Metoda 3
GRM1_K02	Student(ka) jest gotów(-owa) do umiejętnego korzystania z własnej wiedzy i doświadczenia oraz konstruktywnej współpracy z ekspertami z zakresu analityki internetowej.	Metoda 1 Metoda 2 Metoda 3

warsztaty
<p>Opis: Warsztaty koncentrują się na nauce analizy danych ilościowych. Osoby studiujące będą zdobywać wiedzę, umiejętności oraz kompetencje społeczne związane z analizą zebranych danych ilościowych oraz ich interpretacją. Rozwinięcie umiejętności wyciągania wniosków na podstawie danych ilościowych wynikających z analityki internetowej pozwoli im na lepsze zrozumienie potrzeb i oczekiwań użytkownika strony lub aplikacji, co przełoży się na lepsze i efektywniejsze projektowanie rozwiązań cyfrowych.</p>
<p>Treści:</p> <p>Wprowadzenie do analizy danych internetowych.</p> <ul style="list-style-type: none"> – Podstawowe informacje na temat metod zbierania i przetwarzania danych internetowych. Omówienie popularnych narzędzi. Zapoznanie się z podstawowymi miernikami ruchu oraz ich zastosowaniem. <p>Modele mierzenia ruchu.</p> <ul style="list-style-type: none"> – Dobór odpowiednich metryk sukcesu w zależności od typu biznesu. <p>Analiza danych internetowych</p> <ul style="list-style-type: none"> – Jak prawidłowo zdefiniować cel analizy oraz dobrać technikę. Funnele, segmentacja, analiza źródeł ruchu, konwersji. Narzędzia pomagające wzbogadzić analizę danymi jakościowymi. <p>Testy A/B</p> <ul style="list-style-type: none"> – Ewaluacja skuteczności działania produktu, schemat eksperymentalny, optymalizacja konwersji, narzędzia do prowadzenia eksperymentów online. Dobre i złe praktyki. <p>Podstawy Google Analytics</p> <ul style="list-style-type: none"> – Jak interpretować podstawowe wskaźniki dostępne w panelu Google Analytics. Śledzenie kampanii i konwersji. Wskaźniki przydatne przy projektowaniu produktów internetowych. <p>Zastosowanie analityki w biznesie</p> <ul style="list-style-type: none"> – Budowanie planu opomiarowania, definiowanie metryk sukcesu. <p>Interpretacja danych</p> <ul style="list-style-type: none"> – Analiza źródeł ruchu i skuteczności kampanii. – Analiza zachowania użytkowników, budowanie segmentów, przykłady zastosowania. <p>Prezentacja raportów z analizy danych, wspólne omówienie dobrych i złych stron.</p>

Metody dydaktyczne

Metody dydaktyczne wspierające osiągnięcie efektów uczenia się oraz działające na rzecz równości i równego zaangażowania wszystkich uczestników.

- Podawcze: prezentacja multimedialna
- Angażujące: projekty praktyczne, dyskusje
- Inkluzywne: indywidualne konsultacje i korekty

Literatura obowiązkowa:

1. Beasley, M., (2013) UX i analiza ruchu w sieci. Praktyczny poradnik, Helion, Gliwice

Literatura uzupełniająca:

1. Croll, A., Yoskovitz, B., Lean Analytics: Use Data to Build a Better Startup Faster, O'Reilly Media, 2013
2. Kaushik, A., Web Analytics 2.0: The Art of Online Accountability and Science of Customer Centricity, Sybex, 2009
3. Wheelan, C., Naked Statistics: Stripping the Dread from the Data, W. W. Norton & Company, 2014

Weryfikacja efektów uczenia się

	Forma weryfikacji	Warunek zaliczenia
Metoda 1	Przygotowanie i przedstawienie prezentacji	<ul style="list-style-type: none">– minimalna liczba punktów konieczna do zaliczenia: 6– maksymalna liczba punktów do zdobycia: 10
Metoda 2	Projekt indywidualny – analiza danych z wybranego serwisu internetowego przy użyciu Google Analytics, stworzenie raportu z wynikami analizy	<ul style="list-style-type: none">– minimalna liczba punktów konieczna do zaliczenia: 20– maksymalna liczba punktów do zdobycia: 40
Metoda 3	Projekt grupowy – praca w zespołach nad koncepcją projektu dla klienta stworzoną w oparciu o wnioski z przeprowadzonych analiz	<ul style="list-style-type: none">– minimalna liczba punktów konieczna do zaliczenia: 25– maksymalna liczba punktów do zdobycia: 50

Ocena końcowa

Warunkiem uzyskania oceny pozytywnej z przedmiotu jest zdobycie minimalnej liczby punktów określonej dla każdego zadania. Obecność na zajęciach jest obowiązkowa. Ocena z przedmiotu wystawiana jest na podstawie sumy punktów zgodnie z poniższą skalą i progami:

91 – 100 punktów oznacza 5 (bardzo dobry)

81 – 90 punktów oznacza 4+ (dobry plus)

71 – 80 punktów oznacza 4 (dobry)

61 – 70 punktów oznacza 3+ (dostateczny plus)

51 – 60 punktów oznacza 3 (dostateczny)

poniżej 51 punktów oznacza 2 (niedostateczny), przedmiot musi być powtórzony.

specjalność: Multimedia

KARTA PRZEDMIOTU

Nazwa przedmiotu: Animacja 2		Formy: warsztaty	Obligatoryjność: specjalnościowy
Kierunek studiów: Grafika reklamowa i multimedia specjalność: Multimedia		Poziom studiów: studia pierwszego stopnia	Język wykładowy: polski
Forma studiów: studia stacjonarne (ST) studia niestacjonarne (NST)	Semestr: 4 (ST, NST)	Liczba godzin w planie studiów: studia stacjonarne: 30h studia niestacjonarne: 24h	Nakład pracy: Liczba punktów ECTS: 2 Liczba godzin pracy: 50

Miejsce przedmiotu w programie studiów

Przedmiot „Animacja 2” kontynuuje rozwój osób studiujących w obszarze tworzenia animacji – jego bezpośrednim poprzednikiem jest „Animacja 1”, a w kolejnym semestrze ma swoją kontynuację w postaci „Animacji 3”. Nadal wykorzystywane są kompetencje zdobyte w pierwszym roku studiów na cyklu „Wstęp do animacji i postprodukcji”, w szczególności w zakresie znajomości historii animacji nabytej na składowej „Historia sztuk audiowizualnych” 1 i 2. Cykl związany z animacją jest na specjalności Multimedia komplementarny dla treści przedmiotów związanych z filmem oraz VR i AR. Zdobyte kompetencje z obszaru tworzenia animacji będą wykorzystywane na warsztatach „Multimedialny przekaz reklamowy”, na cyklu „Multimedia – warsztaty projektowe” oraz w pracowni dyplomowej poświęconej animacji.

Efekty uczenia się

Kod kierunkowego efektu uczenia się	Przedmiotowe efekty uczenia się	Weryfikacja efektów uczenia się
GRM1_W04	Student(-ka) posiada wiedzę z zakresu animacji, w tym technik, które umożliwiają tworzenie realistycznych i spójnych pod względem anatomicznym postaci, zarówno ludzkich, jak i zwierzęcych. Zna zasady tworzenia ruchu i dynamiki postaci, obiektów w tym czynniki takie jak ciężar, balans, ekspresję i emocje postaci.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_U01	Student(-ka) potrafi wykorzystywać posiadaną wiedzę z zakresu animacji, sztuki i projektowania do zaplanowania i poprowadzenia krótkiej formy animowanej.	Metoda 1 Metoda 2

GRM1_U05	Student(-ka) potrafi formułować i rozwiązywać problemy dotyczące realizowanych projektów z zakresu animacji, uwzględniając potrzeby rynku i użytkownika, oraz odpowiadać na te potrzeby, tworząc projekty animacyjne o potencjale komercyjnym i artystycznym przy tworzeniu postaci ludzkiej lub zwierzęcej.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_U07	Student(-ka) potrafi dobrać odpowiednie techniki i narzędzia animacyjne związane z przedstawianiem ruchu postaci ludzkich lub obiektów do realizacji projektów animacyjnych, dostosowując je do stylu, tematyki oraz zamierzonego efektu wizualnego.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_K03	Student(ka) potrafi za pomocą wyobraźni, intuicji i emocjonalności zaproponować różnorodne i nawiązujące do odmiennych stylistyk rozwiązania problemu projektowego z zakresu budowania animowanej postaci ludzkiej lub zwierzęcej.	Metoda 1 Metoda 2

Opis i treści programowe
warsztaty
<p>Opis: Celem zajęć jest nabycie nowych umiejętności animacji figuratywnej (postaci ludzkiej lub zwierzęcej) w technice 2D lub 3D. Rozwinięcie umiejętności narracyjnych opowiadania obrazem w animacji oraz Motion design-ie za pomocą dostępnych, znanych i nowo poznanych środków wyrazu artystycznego. W ramach realizowania indywidualnych warsztatów oraz projektów semestralnych studenci rozwijają umiejętności opowiadania historii (storytellingu) i wyrażania emocji obrazem za pomocą środków dostępnych w animacji.</p>
<p>Treści: Wprowadzenie multimedialne z podstaw dobrej narracji obrazem na podstawie wybranych animacji oraz produkcji filmowych (Storytelling)</p> <ul style="list-style-type: none"> – Opowiadanie kolorem, linią, światłowieniem w animacji – Dobór odpowiednich ujęć i perspektyw w animacji w celu poprawnego przekazywania emocji i operowania przekazem – Szersze omówienie animowanych form typu <i>Explainer</i> na podstawie wybranych przykładów przybliżające osobom studenckim główne zasady budowania dobrej animacji typu <i>Explainer</i> <p>Animacja ruchu postaci, obiektów</p> <ul style="list-style-type: none"> – Krótkie wprowadzenie do budowy szkieletu ludzkiego i układu mięśniowego oraz pojęć potrzebnych w procesie rigowania postaci (w technice 2D i 3D takich) jak <i>Kinematic, Inverse kinematics(IK), skinning, rigging</i>. – Przypomnienie zagadnień związanych z animacją w odniesieniu do postaci takich jak: pozy kluczowe, ruch po łukach, zgniatanie i rozciąganie, wyolbrzymianie, ruch poprzedzający, zwalnianie i rozpędzanie, rytm. – Nauka w Adobe After Effects Specjalnego pluginu (dodatku) do <i>rigowania</i> i animowania postaci takiego jak <i>“Duik Bassel”</i> lub <i>“Duik Angela”</i>

Projekt semestralny

- Tworzenie projektu animacji od podstaw z wyróżnieniem i oceną poszczególnych etapów takich jak *storyboard*, *styleframe*, *animatik*, *montaż animacji z dźwiękiem* z naciskiem na pokazanie umiejętności narracji obrazem

Ćwiczenia praktyczne takie jak:

- Ćwiczenie ze *storytellingu* w motion design. Osoby studenckie mają do dyspozycji ograniczoną liczbę uproszczonych form geometrycznych na bazie których muszą zbudować animowaną historię ilustrując wybrane hasła z puli haseł wylosowanych. Ilość haseł jest ograniczona i będą się powtarzać.
- Praca w After Effects ze specjalnym pluginem do riggowania i animowania postaci takim jak *“Duik Angela”*
- Pętla z animacji ruchu. Sekwencja ruchu postaci w z uwzględnieniem masy ciała taka jak skok z piłką, podnoszenie ciężaru, przenoszenie ciężaru.
- Tworzenie projektu Animacji od podstaw z wyróżnieniem i oceną poszczególnych etapów takich jak *storyboard*, *styleframe*, *animatik*, *montaż z dźwiękiem* z naciskiem na pokazanie umiejętności narracji obrazem

Metody dydaktyczne

Metody dydaktyczne wspierające osiągnięcie efektów uczenia się oraz działające na rzecz równości i równego zaangażowania wszystkich uczestników.

- Podawcze: miniwykłady, prezentacja multimedialna
- Angażujące: krótkie zadania na czas, realizacja indywidualnych projektów (krótkich form animowanych) w ramach zajęć, indywidualne i grupowe korekty, wspólne omówienie projektów semestralnych
- Inkluzywne: indywidualne korekty, prowadzący bierze pod uwagę zróżnicowany poziom zaawansowania studentów oraz talent artystyczny

Literatura obowiązkowa:

1. Górską, M. (2019). *Visual storytelling: jak opowiadać językiem video*, Wydawnictwo Naukowe PWN
2. Wellins, M. (2013). *Myśleć Animacją. Podręcznik dla filmowców*
3. Sitkiewicz, P. (2009). *Małe wielkie kino film animowany od narodzin do końca okresu klasycznego*, słowo/obraz terytoria
4. Lisiecki, M., Zaremba-Penk, J. (2022). *Studio Ghibli. Miejsce filmu animowanego w japońskiej kulturze*, Kirin

Literatura uzupełniająca:

1. Frukacz, M. (2008). *24 klatki na sekundę. Rozmowy o animacji*, Lokator

Weryfikacja efektów uczenia się

	Forma weryfikacji	Warunek zaliczenia
Metoda 1	Ćwiczenia laboratoryjne	<ul style="list-style-type: none">– minimalna liczba punktów konieczna do zaliczenia: 26– maksymalna liczba punktów do zdobycia: 50
Metoda 2	Projekt indywidualny: stworzenie animacji	<ul style="list-style-type: none">– minimalna liczba punktów konieczna do zaliczenia: 25– maksymalna liczba punktów do zdobycia: 50

Ocena końcowa

Warunkiem uzyskania oceny pozytywnej z przedmiotu jest zdobycie minimalnej liczby punktów określonej dla każdego zadania. Obecność na zajęciach jest obowiązkowa. Ocena z przedmiotu wystawiana jest na podstawie sumy punktów zgodnie z poniższą skalą i progami:

91 – 100 punktów oznacza 5 (bardzo dobry)

81 – 90 punktów oznacza 4+ (dobry plus)

71 – 80 punktów oznacza 4 (dobry)

61 – 70 punktów oznacza 3+ (dostateczny plus)

51 – 60 punktów oznacza 3 (dostateczny)

poniżej 51 punktów oznacza 2 (niedostateczny), przedmiot musi być powtórzony.

KARTA PRZEDMIOTU

Nazwa przedmiotu: Montaż filmowy 1		Formy: warsztaty	Obligatoryjność: specjalnościowy
Kierunek studiów: Grafika reklamowa i multimedia specjalność: Multimedia		Poziom studiów: studia pierwszego stopnia	Język wykładowy: polski
Forma studiów: studia stacjonarne (ST) studia niestacjonarne (NST)	Semestr: 4 (ST, NST)	Liczba godzin w planie studiów: studia stacjonarne: 30h studia niestacjonarne: 24h	Nakład pracy: Liczba punktów ECTS: 2 Liczba godzin pracy: 50

Miejsce przedmiotu w programie studiów

„Montaż filmowy 1” korzysta z kompetencji z obszaru edycji dźwięku („Edycja dźwięku”), produkcji filmowej („Produkcja filmowa 1”) oraz tworzenia scenorysów („Scenorys – podstawy”, składowa przedmiotu „Wstęp do animacji i postprodukcji 1” oraz „Scenorys zaawansowany”) pozyskanych przez osoby studiujące w poprzednich semestrach. Obszar związany z tworzeniem filmu jest równolegle rozwijany na przedmiocie „Produkcja filmowa 2”. W kolejnym semestrze będzie kontynuowany na warsztatach „Montaż filmowy 2”, a następnie na przedmiocie „Postprodukcja filmowa”. Zwieńczeniem cyklu jest możliwość wybrania filmowej pracowni dyplomowej, a zdobyte umiejętności są wykorzystywane również w ramach cyklu „Multimedia – warsztaty projektowe” oraz w trakcie praktyk.

Efekty uczenia się

Kod kierunkowego efektu uczenia się	Przedmiotowe efekty uczenia się	Weryfikacja efektów uczenia się
GRM1_W04	Student(ka) w zaawansowanym stopniu zna zasady postępowania się ekspresją artystyczną oraz umiejętnościami warsztatowymi w zakresie wywoływania określonych emocji u odbiorcy przez montaż filmowy.	Metoda 1
GRM1_W11	Student(ka) w zaawansowanym stopniu zna i rozumie współczesne trendy technologiczne w tworzeniu filmu, w tym wpływ ciągłego rozwoju oprogramowania do montażu na przebieg procesu realizacji filmu i metody interakcji z odbiorcą.	Metoda 1
GRM1_U02	Student(ka) potrafi dokonać selekcji, analizy i krytycznej oceny informacji (surowego materiału filmowego) na potrzeby realizacji montażu filmowego krótszych form filmowych i multimedialnych.	Metoda 1

GRM1_U07	Student(ka) potrafi dobrać odpowiednie funkcje oprogramowania do realizacji projektów z zakresu montażu filmowego.	Metoda 1
GRM1_U09	Student(ka) potrafi w toku pracy montażowej rozwijać własny warsztat, samodzielnie znajdując narzędzia potrzebne do realizacji celów oferowane przez oprogramowanie.	Metoda 1
GRM1_K07	Student(ka) jest gotów(-owa) do tworzenia społecznie odpowiedzialnej, zrozumiałej i przystępnej w formie kompozycji ujęć montażowych.	Metoda 1
GRM1_K11	Student(ka) jest gotów(-owa) do samodzielnej realizacji niezależnych prostych projektów z zakresu montażu filmowego.	Metoda 1

Opis i treści programowe

warsztaty

Opis:

Zajęcia mają charakter praktyczny z elementami koncepcyjnymi. Osoby studiujące zyskują wiedzę umiejętności i kompetencje społeczne w zakresie montażu filmowego. W toku zajęć poznają zasady opowiadania historii przy pomocy montażu oraz uczą się właściwie dobierać cięcia montażowe do edytowanego materiału. Zdobywają także zaawansowane umiejętności techniczne z zakresu montażu filmowego: pracują z materiałem video w zapisie logarytmicznym i kodem czasowym jako podstawowym narzędziem pracy montażysty, zapoznają się z montażem offline i online, organizacją mediów przeznaczonych do montażu, rolą asystenta montażu, zasadami właściwego interpretowania kodeków wideo (LONGOP i kodeki pośrednie), pracą w środowisku Adobe, właściwymi ustawieniami poziomu wizji i dźwięku oraz podstawami narracyjnej pracy montażysty.

Treści:

Montaż krótkich form filmowych

1. Teoria montażu:

- Historia montażu filmowego na przykładach, montaż liniowy i nieliniowy
- Metafora montażowa i metafora w filmie
- Montaż jako narzędzie do wywoływania określonych emocji u odbiorców
- Higiena pracy montażowej, niezbędne narzędzia organizacji pracy montażysty(ki)

2. Nauka technik montażowych-praca praktyczna:

- Podstawy pracy z multicamerą
- Kreatywne łączenie różnych form zapisu materiału video
- Technika cięcia - koniec i początek ujęcia jako podstawa techniki montażowe
- Ruch a montaż - koncepcja cięcia w ruchu, ruch wewnątrz kadrowy, ruch kamery
- trimming i narzędzia podstawowe narzędzia montażowe
- technika budowy narracji, łączenie ujęć i koncepcja dywersyfikacji planów
- Dźwięk i montaż muzyki oraz głosu - techniki i narzędzia

3. Nauka narzędzi, oprogramowanie:

- Kodeki pośrednie i kodeki LONG GOP, zapis logarytmiczny, bitrate i klatarz jako podstawy wiedzy o standardach technicznych w zmieniającym się świecie postprodukcji

- Przedstawienie innych narzędzi niż Adobe Premiere - AVID Media Composer, DaVinci Resolve
- Koncepcja montażu offline, tworzenie plików eksportowych, plików XML, teoria współpracy z postprodukcją dalszą dźwięku i obrazu.
- Plug ins czyli dodatkowe narzędzia, zwiększające funkcję Adobe Premiere
- Korzystanie z wbudowanych funkcji Adobe Firefly dla Adobe Premiere (2025)
- Formaty obrazu, formaty plików emisyjnych

Ćwiczenia praktyczne takie jak: montaż krótkiej formy dokumentalnej na zastanych mediach oraz formy filmowej (krótkiego materiału dla użytkownika)

Metody dydaktyczne

Metody dydaktyczne wspierające osiągnięcie efektów uczenia się oraz działające na rzecz równości i równego zaangażowania wszystkich uczestników.

- Podawcze: prezentacja, analiza filmów ze studentami
- Angażujące: projekt, dyskusja, prezentacja
- Inkluzywne: indywidualne korekty

Literatura obowiązkowa:

1. Reisz, K. (2014). *Technika montażu filmowego*. Warszawa: Wydawnictwo Wojciech Marzec.
2. Murch, W. (2006). *W mgnieniu oka*. Warszawa: Wydawnictwo Wojciech Marzec.
3. Zonn, L. (1986). *Montaż w filmie dokumentalnym*. Warszawa: WOMUK.

Literatura uzupełniająca:

1. Block, B. (2010). *Opowiadanie obrazem: Tworzenie wizualnej struktury w filmie, telewizji i mediach cyfrowych*. Warszawa: Wydawnictwo Wojciech Marzec.

Weryfikacja efektów uczenia się

	Forma weryfikacji	Warunek zaliczenia
Metoda 1	ćwiczenia praktyczne	<ul style="list-style-type: none"> – minimalna liczba punktów konieczna do zaliczenia: 51 – maksymalna liczba punktów do zdobycia: 100

Ocena końcowa

Warunkiem uzyskania oceny pozytywnej z przedmiotu jest zdobycie minimalnej liczby punktów określonej dla każdego zadania. Obecność na zajęciach jest obowiązkowa. Ocena z przedmiotu wystawiana jest na podstawie sumy punktów zgodnie z poniższą skalą i progami:

91 – 100 punktów oznacza 5 (bardzo dobry)

81 – 90 punktów oznacza 4+ (dobry plus)

71 – 80 punktów oznacza 4 (dobry)

61 – 70 punktów oznacza 3+ (dostateczny plus)

51 – 60 punktów oznacza 3 (dostateczny)

poniżej 51 punktów oznacza 2 (niedostateczny), przedmiot musi być powtórzony.

KARTA PRZEDMIOTU

Nazwa przedmiotu: Projektowanie interakcji 2		Formy: warsztaty	Obligatoryjność: specjalnościowy
Kierunek studiów: Grafika reklamowa i multimedia specjalność: Multimedia		Poziom studiów: studia pierwszego stopnia	Język wykładowy: polski
Forma studiów: studia stacjonarne (ST) studia niestacjonarne (NST)	Semestr: 4 (ST, NST)	Liczba godzin w planie studiów: studia stacjonarne: 30h studia niestacjonarne: 24h	Nakład pracy: Liczba punktów ECTS: 2 Liczba godzin pracy: 50

Miejsce przedmiotu w programie studiów

„Projektowanie interakcji 2” rozwija i pogłębia znajomość technik i metod projektowania angażującego odbiorcę. W oparciu o kompetencje z zakresu projektowania interakcji w mediach cyfrowych zdobytych przez osoby studiujące na poprzedniej części cyklu – „Projektowaniu interakcji 1”, rozwija umiejętności związane z kształtowaniem immersyjnych środowisk multimedialnych. Wiedza i umiejętności z tego zakresu będą następnie wykorzystywane i pogłębiane w ramach cyklu „Wprowadzenie do pracy w środowisku wirtualnym”, „Animacja 3” oraz – w zależności od wyboru osoby studiującej – podczas pracy nad projektem dyplomowym.

Efekty uczenia się

Kod kierunkowego efektu uczenia się	Przedmiotowe efekty uczenia się	Weryfikacja efektów uczenia się
GRM1_W04	Student(-ka) w zaawansowanym stopniu zna zasady postępowania się ekspresją artystyczną oraz umiejętnościami warsztatowymi właściwymi dla wybranych pokrewnych grafice aktywności artystycznych w toku pracy nad tworzeniem interakcji w środowiskach VR i AR.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_W11	Student(-ka) w zaawansowanym stopniu zna i rozumie współczesne trendy technologiczne w tworzeniu grafiki interaktywnej i multimedialnych, w tym wpływ ciągłego rozwoju technologii na przebieg procesu projektowego dotyczącego tworzenia interakcji w środowiskach VR i AR.	Metoda 1 Metoda 2

GRM1_U02	Student(-ka) potrafi selekcjonować i krytycznie oceniać informacje, w celu tworzenia rozwiązań interaktywnych na potrzeby realizacji zadań z obszaru projektowania instalacji multimedialnych w określonej przestrzeni.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_U05	Student(-ka) potrafi formułować problemy projektowe oraz analizować potrzeby użytkowników wskazanej przestrzeni realizacji projektu w celu opracowania rozwiązania interaktywnego o potencjale wdrożeniowym w mediach cyfrowych.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_U07	Student(-ka) potrafi dobrać odpowiednie narzędzia technologiczne do projektowania interakcji i multimediiów, w tym techniki cyfrowe, które najlepiej odpowiadają założeniom projektowym i technologii, takie jak animacje, aplikacje mobilne oraz VR/AR.	Metoda 1
GRM1_K01	Student(-ka) jest gotów(-owa) do świadomej oraz krytycznej oceny pozyskanych informacji i na tej podstawie dokonuje świadomych wyborów projektowych w procesie tworzenia dzieła multimedialnego dzieła interaktywnego opartego na VR/AR.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_K08	Student(-ka) jest gotów(-owa) do krytycznej oceny własnych interaktywnych projektów multimedialnych, uwzględniając ich wpływ na społeczeństwo, technologię i środowisko oraz dbałość o etyczny wymiar swojej pracy.	Metoda 2
GRM1_K11	Student(-ka) jest gotów(-owa) do samodzielnej realizacji niezależnych interaktywnych projektów multimedialnych bazujących na VR/AR w oparciu o poprawnie przeprowadzony proces projektowy.	Metoda 1 Metoda 2

Opis i treści programowe

warsztaty

Opis:

Kurs „Projektowanie Interakcji 2” koncentruje się na zaawansowanych technikach tworzenia immersyjnych środowisk multimedialnych, z głębokim zanurzeniem w mapping multimedialny i interaktywne technologie. Celem kursu jest wyposażenie studentów w pogłębione umiejętności i wiedzę potrzebną do projektowania złożonych interakcji, które integrują wizualizację, dźwięk, ruch, a także zaawansowane technologie takie jak rzeczywistość wirtualna (VR) i rozszerzona (AR), tworząc w pełni zanurzające i angażujące doświadczenia użytkownika. Kurs podkreśla znaczenie innowacyjnego zastosowania mappingu multimedialnego do transformacji fizycznych przestrzeni w dynamiczne środowiska interaktywne, które reagują na działania i obecność użytkowników.

Treści:

- **Zaawansowane interakcje i immersyjność:**
 - Eksploracja zaawansowanych technik tworzenia interakcji w środowiskach VR i AR, z naciskiem na optymalizację doświadczeń użytkownika.
 - Studium różnych metod zwiększania immersji, w tym synchronizacji dźwięku przestrzennego, tworzenie interaktywnych elementów - obiektów.
- **Mapping multimedialny:**

- Nauka teorii i praktycznych umiejętności w zakresie projektowania i implementacji mappingu multimedialnego, który transformuje przestrzeń fizyczną poprzez projekcje wizualne i interaktywne elementy.
- Zastosowanie mappingu multimedialnego w różnych kontekstach, od instalacji artystycznych po komercyjne wystawy i wydarzenia.
- **Projektowanie środowisk multimedialnych:**
 - Rozwijanie umiejętności w kreowaniu złożonych środowisk multimedialnych, które integrują elementy graficzne, dźwiękowe, i interaktywne.
 - Projektowanie instalacji interaktywnych, które wykorzystują nowoczesne technologie do tworzenia angażujących doświadczeń dla użytkowników.

Ćwiczenia:

Realizacja interaktywnej instalacji w przestrzeni publicznej: Projektowanie i implementacja instalacji multimedialnej, która wykorzystuje mapping, aby zmienić sposób, w jaki ludzie doświadczają danego miejsca.

Projektowanie doświadczenia wirtualnego muzeum: Tworzenie środowiska VR /AR, które zanurza użytkowników w interaktywne doświadczenia.

Metody dydaktyczne

Metody dydaktyczne wspierające osiągnięcie efektów uczenia się oraz działające na rzecz równości i równego zaangażowania wszystkich uczestników.

- Podawcze: wykład, prezentacja, studium przypadku,,
- Angażujące: projekt, dyskusje
- Inkluzywne: indywidualne korekty

Literatura obowiązkowa:

1. Gałązkiewicz, I. (2017). *Projektowanie doświadczeń*, Słowa i Myśli
2. Historia instalacji interaktywnych - WIDOK 5. WRO Media Art Reader, PDF
3. O'Neill, O. (2024). *Komunikacja cyfrowa*, Wydawnictwo Naukowe PWN

Weryfikacja efektów uczenia się

	Forma weryfikacji	Warunek zaliczenia
Metoda 1	Przegląd prac i ćwiczeń realizowanych podczas zajęć	<ul style="list-style-type: none"> – minimalna liczba punktów konieczna do zaliczenia: 20 – maksymalna liczba punktów do zdobycia: 40
Metoda 2	Projekt interaktywnej instalacji multimedialnej	<ul style="list-style-type: none"> – minimalna liczba punktów konieczna do zaliczenia: 31 – maksymalna liczba punktów do zdobycia: 60

Ocena końcowa

Warunkiem uzyskania oceny pozytywnej z przedmiotu jest zdobycie minimalnej liczby punktów określonej dla każdego zadania. Obecność na zajęciach jest obowiązkowa. Ocena z przedmiotu wystawiana jest na podstawie sumy punktów zgodnie z poniższą skalą i progami:

91 – 100 punktów oznacza 5 (bardzo dobry)

81 – 90 punktów oznacza 4+ (dobry plus)

71 – 80 punktów oznacza 4 (dobry)

61 – 70 punktów oznacza 3+ (dostateczny plus)

51 – 60 punktów oznacza 3 (dostateczny)

poniżej 51 punktów oznacza 2 (niedostateczny), przedmiot musi być powtórzony.

KARTA PRZEDMIOTU

Nazwa przedmiotu: Produkcja filmowa 2		Formy: warsztaty	Obligatoryjność: specjalnościowy
Kierunek studiów: Grafika reklamowa i multimedia specjalność: Multimedia		Poziom studiów: studia pierwszego stopnia	Język wykładowy: polski
Forma studiów: studia stacjonarne (ST) studia niestacjonarne (NST)	Semestr: 4 (ST, NST)	Liczba godzin w planie studiów: studia stacjonarne: 48h studia niestacjonarne: 36h	Nakład pracy: Liczba punktów ECTS:2 Liczba godzin pracy: 50

Składowe przedmiotu

1. Produkcja filmu 2 (warsztaty) - forma stacjonarna - 30h, forma niestacjonarna - 24h
2. Oświetlenie na planie (warsztaty) - forma stacjonarna -18h, forma niestacjonarna - 12h

Miejsce przedmiotu w programie studiów

„Produkcja filmowa 2” jest kontynuacją przedmiotu „Produkcja filmowa 1” w zakresie produkcji filmu i wprowadza kolejny, po organizacji planu filmowego, istotny element: „Oświetlenie na planie”. Cykl związany z tworzeniem filmu rozwijany jest następnie przez zagadnienia związane z jego montażem („Montaż filmowy” 1 i 2) oraz postprodukcją („Postprodukcja filmowa”). Zwieńczeniem cyklu jest możliwość wybrania filmowej pracowni dyplomowej, a zdobyte umiejętności są wykorzystywane również w ramach cyklu „Multimedia – warsztaty projektowe” oraz w trakcie praktyk.

Efekty uczenia się

Kod kierunkowego efektu uczenia się	Przedmiotowe efekty uczenia się	Weryfikacja efektów uczenia się
GRM1_W07	Student(ka) zna pojęcia z zakresu ochrony własności intelektualnej i praw autorskich stosowane w toku pracy nad produkcją filmu i rozumie zasady współautorstwa wynikające z zespołowego prowadzenia projektów filmowych.	Metoda 1 Metoda 2

GRM1_U01	Student(ka) potrafi wykorzystywać posiadaną wiedzę z zaawansowanej kompozycji sceny i oświetlenia do zaplanowania i poprowadzenia produkcji formy filmowej.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_U02	Student(ka) potrafi dokonać selekcji i analizy i krytycznej oceny informacji na potrzeby zaplanowania i przygotowania oświetlenia sceny.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_U05	Student(ka) potrafi formułować założenia produkcji filmowej i podchodzić problemowo do elementów fabularnych produkowanego materiału w oparciu o wiedzę na temat potrzeb rynku i użytkownika, a także i generować mające potencjał wdrożeniowy rozwiązania zauważonych problemów.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_U06	Student(ka) potrafi posługiwać się własną ekspresją artystyczną i opierać się na swoich koncepcjach projektowych w celu odpowiedniego dobrania kadrów i oświetlenia w przygotowywanych projektach form filmowych.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_U10	Student(ka) potrafi efektywnie komunikować się z wykorzystaniem specjalistycznej terminologii z zakresu oświetlenia filmowego.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_K02	Student(ka) jest gotów(-owa) współpracować ze specjalistami z różnych dyscyplin podczas działań związanych z kierowaniem produkcją i motywowaniem zespołu filmowego.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_K03	Student(-ka) jest gotów(-owa) do celowego i świadomego korzystania z własnej wyobraźni, intuicji, emocjonalności i zdolności do twórczego myślenia w trakcie pracy na planie filmowym, również w warunkach zmiennych, a także w trakcie prezentowania efektów własnej pracy.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_K04	Student(-ka) jest gotów(-owa) do prowadzenia działań na rzecz środowiska społecznego poprzez podejmowanie w swojej pracy filmowej aktualnych społecznie tematów.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_K10	Student(-ka) jest gotów(-owa) do podejmowania odpowiedzialności za zachowanie dziedzictwa kulturowego podczas budowania scen w których nawiązuje do istniejących dzieł sztuki.	Metoda 1 Metoda 2

warsztaty - Produkcja filmu 2

Opis:

Celem przedmiotu jest nabycie warsztatowych umiejętności w zakresie filmowania, kompozycji obrazu oraz techniki filmowania w stopniu zaawansowanym. Osoby studiujące poznają technikę niezbędną do produkcji multimedialnej oraz techniki dyfuzyjne, a także nabywają umiejętności spójnego tworzenia obrazu filmowego. Elementem kursu są także podstawy pracy z aktorem i podstawy reżyserii. Efektem jest złożony projekt, który ma być zrealizowany na potrzeby użytkownika, w pełnym procesie projektowym, angażując grupę 4-5 osób studenckich, które korzystając z nabytych umiejętności, mają za zadanie stworzyć film odpowiadający potrzebom użytkownika.

Treści:

1. Praca z aktorem, techniki reżyserskie, rola scenografii

- Podstawy tworzenia teledysku
- Praca z aktorem
- Tworzenie prostej reklamy produktowej z wykorzystaniem scenografii
- Kompozycja scenograficzna, perspektywa kamery przy budowie prostej scenografii
- Kolor jako narzędzie dramatyczne

2. Techniki filmowe zaawansowane

- Zaawansowane techniki tworzenia treści filmowych - kompozycja sceny
- Tworzenie zaawansowanego projektu dla użytkownika
- Praca z wysokim klatkarzem
- Realizacja zadania z wykorzystaniem kilku kamer, techniki miksowania video na żywo
- Techniki stabilizacji kamery
- Znajomość obiektywów (sferyczne, asferyczne, anamorficzne, obiektywy peryskopowe)
- Znajomość aktualnych trendów w sprzęcie kamerowym

Ćwiczenia praktyczne takie jak:

1. Grupowy projekt reklamowy, realizowany z interesariuszami zewnętrznymi.
2. "Człowiek tu i teraz" - zadanie dokumentalne, pozwalające na sprawdzenie uważności, wrażliwości wizualnej i społecznej, poruszające istotny problem społeczny, taki jak wykluczenie, nierówności społeczne, choroby cywilizacyjne.

Metody dydaktyczne

Metody dydaktyczne wspierające osiągnięcie efektów uczenia się oraz działające na rzecz równości i równego zaangażowania wszystkich uczestników.

- Podawcze: prezentacja, instruktaż
- Angażujące: warsztat
- Inkluzywne: konsultacje indywidualne

Literatura obowiązkowa:

1. Dragovic, K. (2012). *Reżyseria Filmu Reklamowego*. Warszawa: Wydawnictwo Wojciech Marzec.
2. Obrok, W. (2017). *Praktyka filmowca w Polsce*. Warszawa: Wydawnictwo Wojciech Marzec.
3. Braverman, B. (2013). *Cinematography, sztuka operatorska*. Warszawa: Wydawnictwo Wojciech Marzec.

Literatura uzupełniająca:

1. Buttny, S. (2018). *Przemiana bohatera*. Warszawa: Wydawnictwo Wojciech Marzec.
2. Starski, A., & Stanisławska, I. (2013). *Scenografia*. Warszawa: Wydawnictwo Wojciech Marzec.
3. Bordwell, D., & Thompson, K. (2016). *Film Art. Sztuka filmowa. Wprowadzenie*. Warszawa: Wydawnictwo Wojciech Marzec.

Opis i treści programowe

warsztaty – Oświetlenie na planie

Opis:

Warsztaty „Oświetlenie na planie” mają na celu wyposażenie studentów w zaawansowane umiejętności i wiedzę niezbędne do efektywnego planowania i zarządzania i budowania narracji oświetleniem filmowym w celu realizacji treści multimedialnych. Szczególny nacisk kładziony jest na praktyczne aspekty pracy na planie filmowym, w tym komunikację, rozwiązywanie problemów oraz zapewnienie bezpieczeństwa. Przedmiot przygotowuje studentów do pracy w dynamicznym środowisku produkcji filmowej, rozwijając ich umiejętności techniczne, organizacyjne i zarządcze.

Treści:

1. Oświetlenie zaawansowane

- Zapoznanie się z zaawansowanym światłem filmowym (HMI, wyładowcze, LED)
- Praca z narzędziami do pomiaru światła
- Niski i wysoki klucz oświetlenia jako narzędzie dramatyczne
- Światło jako narzędzie narracyjne
- Analiza światła filmowego na przykładach

Ćwiczenia praktyczne takie jak:

1. Interpretacja dzieła malarskiego z kanonu sztuki w formie ruchomego kadru filmowego ze szczególnym uwzględnieniem charakterystyki światła.

Metody dydaktyczne

Metody dydaktyczne wspierające osiągnięcie efektów uczenia się oraz działające na rzecz równości i równego zaangażowania wszystkich uczestników.

- Podawcze: prezentacja, instruktaż
- Angażujące: warsztat
- Inkluzywne: konsultacje indywidualne

Literatura obowiązkowa:

1. Brown, B. (2015). *Światło w filmie*. Warszawa: Wydawnictwo Wojciech Marzec.

Weryfikacja efektów uczenia się

	Forma weryfikacji	Warunek zaliczenia
Metoda 1	ćwiczenia praktyczne	<ul style="list-style-type: none">– minimalna liczba punktów konieczna do zaliczenia: 26– maksymalna liczba punktów do zdobycia: 50
Metoda 2	przebieg semestralny w obecności pozostałych studentów	<ul style="list-style-type: none">– minimalna liczba punktów konieczna do zaliczenia: 25– maksymalna liczba punktów do zdobycia: 50

Ocena końcowa

Warunkiem uzyskania oceny pozytywnej z przedmiotu jest zdobycie minimalnej liczby punktów określonej dla każdego zadania. Obecność na zajęciach jest obowiązkowa. Ocena z przedmiotu wystawiana jest na podstawie sumy punktów zgodnie z poniższą skalą i progami:

91 – 100 punktów oznacza 5 (bardzo dobry)

81 – 90 punktów oznacza 4+ (dobry plus)

71 – 80 punktów oznacza 4 (dobry)

61 – 70 punktów oznacza 3+ (dostateczny plus)

51 – 60 punktów oznacza 3 (dostateczny)

poniżej 51 punktów oznacza 2 (niedostateczny), przedmiot musi być powtórzony.

KARTA PRZEDMIOTU

Nazwa przedmiotu: Multimedialny przekaz reklamowy		Formy: warsztaty	Obligatoryjność: specjalnościowy
Kierunek studiów: Grafika reklamowa i multimedia specjalność: Multimedia		Poziom studiów: studia pierwszego stopnia	Język wykładowy: polski
Forma studiów: studia stacjonarne (ST) studia niestacjonarne (NST)	Semestr: 4 (ST, NST)	Liczba godzin w planie studiów: studia stacjonarne: 30h studia niestacjonarne: 24h	Nakład pracy: Liczba punktów ECTS: 2 Liczba godzin pracy: 50

Miejsce przedmiotu w programie studiów

Przedmiot „Multimedialny przekaz reklamowy” rozwija kompleksowe kompetencje z obszaru multimediiów dla realizacji typowych, rynkowych projektów. Przedmiot bazuje zarówno na wiedzy i umiejętnościach zdobytych przez osoby studiujące na kierunkowych przedmiotach takich jak „Reklama i branding”, czy „Kompetencje zawodowe”, jak i na przedmiotach poświęconych tworzeniu animacji i filmu. Przedmiot jest komplementarny dla cyklu praktyk zawodowych, a pozyskane na nim wiedza i umiejętności będą kluczowe podczas cyklu „Multimedia – warsztaty projektowe” i w zależności od wyboru tematu – w pracy nad projektem dyplomowym.

Efekty uczenia się

Kod kierunkowego efektu uczenia się	Przedmiotowe efekty uczenia się	Weryfikacja efektów uczenia się
GRM1_W01	Student(ka) zna w zaawansowanym stopniu zasady tworzenia, powstawania, powielania i multimedialnego przekazu reklamowego.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_W04	Student(ka) w zaawansowanym stopniu zna zasady łączenia różnych form wizualnych i dźwiękowych w jeden spójny przekaz, który jest skuteczny w przyciąganiu uwagi i wywoływaniu pożądanych reakcji u odbiorcy.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_U04	Student(ka) potrafi dostosować treść i formę przekazu do specyfiki grupy docelowej, uwzględniając jej potrzeby i preferencje, a także umiejętnie dostosowuje formy komunikacji do specyfiki mediów, tworząc spójną koncepcję przekazu.	Metoda 1 Metoda 2

GRM1_U07	Student(ka) potrafi wykorzystać storytelling oraz strukturę fabularną do stworzenia logicznej i angażującej narracji, a także tworzy historie, które budują emocjonalną więź z odbiorcą, skutecznie wspierając cele kampanii reklamowej.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_U13	Student(ka) potrafi publicznie zaprezentować efekt swojej pracy z zakresu multimedialnego przekazu reklamowego.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_K03	Student(ka) jego gotów(-owa) do samodzielnego wykonywania dostosowanych do przyjętych założeń kluczowych elementów koncepcyjnych (key visual, moodboard, storyboard), które stanowią podstawę projektu.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_K06	Student(ka) jest gotów(-owa) podejmować twórcze decyzje w trakcie realizacji projektów w obszarze reklamy multimedialnej, w tym na etapie koncepcyjnym i produkcyjnym.	Metoda 1 Metoda 2

Opis i treści programowe

warsztaty

Opis:

Celem kursu jest wykształcenie umiejętności tworzenia kompleksowej i jednolitej formy przekazu reklamowego skierowanej do zdefiniowanej grupy docelowej wg zadanego briefu. Po ukończeniu kursu student(ka) rozumie brief, potrafi zaproponować odpowiednie środki wyrazu do realizacji multimedialnego przekazu, dobrać narzędzia do stworzenia storyboardu i key visuali do kampanii reklamowej, stosować właściwe techniki i technologie w trakcie tworzenia spotu reklamowego, przygotować podstawowe grafiki na social media, a także sporządzić opis realizacji projektu.

Treści:

1. Treść i narracja

- zdefiniowanie przesłania przekazu
- storytelling: opowiadanie historii pozwalającej zbudować więź emocjonalną z odbiorcami
- struktura fabularna: budowa logicznego, ciągu zdarzeń
- ćwiczenia z zakresu języka metafor wizualnych

2. Przygotowywanie obrazów i elementów wizualnych

- grafika i ilustracje pomocne w przedstawianiu kluczowych informacji
- animacje pomagające wizualizować idee i upraszczające przekaz treści
- wideo jako dynamiczny sposób prezentacji

3. Opracowanie dźwięku i muzyki

- podkład dźwiękowy wspierający emocjonalne aspekty przekazu
- efekty dźwiękowe wzmacniające poszczególne momenty przekazu
- narracja lub lektor prowadzący odbiorcę przez historię lub dostarczający informacji

4. Planowanie elementów interaktywnych

- interaktywne elementy umożliwiające odbiorcom bezpośrednio zaangażowanie się w treść
- gamifikacja zwiększająca zaangażowanie

5. Praca z tekstem i typografią

- hasła i slogany - zapamiętywalne komunikaty wzmacniające główne przesłanie
- odpowiedni dobór fontów wpływający na czytelność oraz estetykę

- napisy i podpisy ułatwiające zrozumienie treści
- 6. Planowanie efektów specjalnych i postprodukcja**
 - efekty wzbogające estetykę i dynamikę
 - montaż i edycja
- 7. Ćwiczenia dotyczące spójności i identyfikacji wizualnej**
 - kolory wzmacniające przekaz
 - elementy marki zwiększające rozpoznawalność i wzmacniające tożsamość przekazu.
 - spójny styl w obrębie całego przekazu multimedialnego
- 8. Dostosowywanie projektu do grupy docelowej**
 - zrozumienie potrzeb odbiorcy
 - dostosowanie kulturowe
- 9. Etap koncepcyjny i produkcyjny**
 - samodzielne wykonanie key visual, baneru internetowego, grafiki na media społecznościowe, moodboardu, storyboardu, i/lub krótkiego spotu reklamowego, tworzenie alternatywnych form reklam

Metody dydaktyczne

Metody dydaktyczne wspierające osiągnięcie efektów uczenia się oraz działające na rzecz równości i równego zaangażowania wszystkich uczestników.

- Podawcze: prezentacja multimedialna dotycząca treści omawianych na zajęciach
- Angażujące: krótkie zadania na czas, realizacja indywidualnych projektów w ramach zajęć, indywidualne i grupowe korekty, wspólne omówienie projektów semestralnych
- Inkluzywne: indywidualne korekty, prowadzący bierze pod uwagę zróżnicowany poziom zaawansowania studentów oraz talent artystyczny

Literatura obowiązkowa:

1. Dragović N., Jóźwiak-Dragović, K. (2012). *Reżyseria filmu reklamowego*, Warszawa, Wojciech Marzec

Literatura uzupełniająca

1. Block B. (2010). *Opowiadanie obrazem: tworzenie wizualnej struktury w filmie, telewizji i mediach cyfrowych*, Warszawa, Wojciech Marzec
2. Nik K., Burtenshow, C., Barfoot, M. (2007). *Kreatywność w reklamie*, Warszawa, Wydawnictwo Naukowe PWN
3. Ogilvy D. (2008). *O reklamie*, Warszawa, StudioEMKA

Weryfikacja efektów uczenia się

	Forma weryfikacji	Warunek zaliczenia
Metoda 1	Przegląd prac	<ul style="list-style-type: none"> – minimalna liczba punktów konieczna do zaliczenia: 10 – maksymalna liczba punktów do zdobycia: 20
Metoda 2	Praktyczny projekt indywidualny: samodzielne opracowanie krótkiego spotu reklamowego	<ul style="list-style-type: none"> – minimalna liczba punktów konieczna do zaliczenia: 41 – maksymalna liczba punktów do zdobycia: 80

Ocena końcowa

Warunkiem uzyskania oceny pozytywnej z przedmiotu jest zdobycie minimalnej liczby punktów określonej dla każdego zadania. Obecność na zajęciach jest obowiązkowa. Ocena z przedmiotu wystawiana jest na podstawie sumy punktów zgodnie z poniższą skalą i progami:

91 – 100 punktów oznacza 5 (bardzo dobry)

81 – 90 punktów oznacza 4+ (dobry plus)

71 – 80 punktów oznacza 4 (dobry)

61 – 70 punktów oznacza 3+ (dostateczny plus)

51 – 60 punktów oznacza 3 (dostateczny)

poniżej 51 punktów oznacza 2 (niedostateczny), przedmiot musi być powtórzony.

SEMESTR 5 / 6

KARTA PRZEDMIOTU

Nazwa przedmiotu: Analiza semiotyczna przekazu wizualnego		Formy: ćwiczenia	Obligatoryjność: obowiązkowy
Kierunek studiów: Grafika reklamowa i multimedia		Poziom studiów: studia pierwszego stopnia	Język wykładowy: polski
specjalność: -			
Forma studiów: studia stacjonarne (ST) studia niestacjonarne (NST)	Semestr: 5 (ST, NST)	Liczba godzin w planie studiów: studia stacjonarne: 30h studia niestacjonarne: 24h	Nakład pracy: Liczba punktów ECTS: 3 Liczba godzin pracy: 75

Miejsce przedmiotu w programie studiów

Przedmiot „Analiza semiotyczna przekazu wizualnego” uzupełnia treściami humanistycznymi cykl przedmiotów kierunkowych dedykowanych metodologii badań, które mają zastosowanie we współczesnym projektowaniu. W poprzednich semestrach osoby studiujące zapoznały się z badaniami jakościowymi i ilościowymi na przedmiotach „Badania w procesie projektowym” oraz „Badania jakościowe”. Na przedmiocie „Architektura informacji i narzędzia w procesie projektowym” zdobyły również kompetencje z zakresu prowadzenia pełnego procesu projektowego. Analiza semiotyczna jest stosowana powszechnie w przekazie reklamowym, ale wnioski z niej płynące będą wartościowe w procesie projektowania każdego przekazu wizualnego, w tym także prac dyplomowych.

Efekty uczenia się

Kod kierunkowego efektu uczenia się	Przedmiotowe efekty uczenia się	Weryfikacja efektów uczenia się
GRM1_W01	Student(ka) ma zaawansowaną wiedzę na temat metod i narzędzi analizy semiotycznej przekazu wizualnego oraz znaczenia procesów semiotycznych dla odbioru dzieła sztuk wizualnych.	Metoda 1
GRM1_W12	Student(ka) w zaawansowanym stopniu rozumie, w jaki sposób znaki wizualne funkcjonują w szerszym kontekście społecznym i kulturowym, oraz jak uwzględniać to w procesie projektowania przekazu wizualnego.	Metoda 1

GRM1_U04	Student(ka) potrafi wykorzystać wiedzę na temat semiotycznych aspektów komunikacji wizualnej do tworzenia przekazu wizualnego, za pomocą którego będzie efektywnie przekazywać odbiorcy zaplanowane treści i wrażenia	Metoda 1
GRM1_K01	Student(ka) jest gotów(-owa) do świadomego wykorzystywania założeń analizy semiotycznej podczas dokonywania własnych wyborów projektowych na potrzeby procesu tworzenia przekazu wizualnego.	Metoda 1
GRM1_K08	Student(ka) jest gotów(-owa) do przeprowadzania analizy semiotycznej własnych projektów w celu zbadania ich wpływu społecznego oraz dbania o ich wymiar etyczny.	Metoda 1

Opis i treści programowe
Ćwiczenia
<p>Opis:</p> <p>W ramach zajęć studenci zgłębiają zagadnienia związane z analizą semiotyczną oraz diagnostyką komunikacji, koncentrując się na różnorodnych formach wizualnych i ich znaczeniach w sensie językowym i komunikacyjnym. Studenci analizują, jak kody, znaki i marki (w sensie wizualnym) stanowią przedmiot konstrukcji znaczeń w formie językowych reprezentacji. Ponadto studenci poznają sposoby odbioru komunikatu wizualnego w różnych kontekstach kulturowych i społecznych. Omawiane są m.in. techniki analizowania znaków graficznych, zasady rekonstrukcji przekazu reklamowego, analiza propagandowych plakatów oraz metody wizualnej reprezentacji informacji. Studenci uczą się identyfikować kody wizualne, które wpływają na interpretację treści, oraz rozpoznawać mechanizmy perswazji i manipulacji obecne w przekazach wizualnych.</p>
<p>Treści:</p> <ul style="list-style-type: none"> – znaczenie znaku w komunikacji wizualnej – podstawowe metody analizy semiotycznej, – podstawy semiotyczne komunikacji wizualnej – definicja znaku graficznego i jego reprezentacje w kontekście praktyk projektowania komunikacji wizualnej, – metodologia analizy semiotycznej – zapoznanie studentów z opisem metod badań semiotycznych przekazu wizualnego (znak, oferta komunikacyjna), ćwiczenia w zakresie takiej analizy, – metodologia analizy komunikacyjnej – zapoznanie studentów z opisem metod badań komunikacji ze szczególnym uwzględnieniem kategorii dyskursu wizualnego i dyskursywnych funkcyjnałów wizualnych, ćwiczenia w zakresie takiej analizy – tożsamość i wizerunek oraz ich rola w przekazie wizualnym – sposoby analizy konstruktywnego charakteru image’u osobowości i ich praktyczne zastosowanie, – znak graficzny a informacja wizualna – analiza temporalnego charakteru informacji wizualnej, – dyferencjacja i dywersyfikacja jako dwa mechanizmy reprodukcji systemów, – analiza zastosowania desemantyzacji komunikacji jako strategii rozmywania konstruktów komunikacyjnych i kodów wizualnych.
<p>Metody dydaktyczne</p> <p>Metody dydaktyczne wspierające osiągnięcie efektów uczenia się oraz działające na rzecz równości i równego zaangażowania wszystkich uczestników.</p> <ul style="list-style-type: none"> – Podawcze: prezentacja multimedialna na temat teoretycznych aspektów omawianych zagadnień

- Angażujące: projekty praktyczne, dyskusje
- Inkluzywne: bieżące korekty projektu, indywidualne dyskusje

Literatura obowiązkowa:

1. Polak K., Żurawicka, M. (2023). *Semiotyka w Marketingu*. PWN
2. Wszółek, M. (2021). *Teoria i praktyka projektowania (komunikacji)*. Wydawnictwo Libron.
3. González-Miranda E., Quindós T. (2016). *Projektowanie ikon i piktogramów*. D2D

Literatura uzupełniająca:

1. Muratovski, G. (2021). *Research for designers: A guide to methods and practice*.

Weryfikacja efektów uczenia się

	Forma weryfikacji	Warunek zaliczenia
Metoda 1	projekt zespołowy polegający na analizie wizualnej dla wybranego tematu lub stworzeniu koncepcji komunikacji wizualnej opartej na teoriach semiotycznych	<ul style="list-style-type: none"> – minimalna liczba punktów konieczna do zaliczenia: 51 – maksymalna liczba punktów do zdobycia: 100

Ocena końcowa

Warunkiem uzyskania oceny pozytywnej z przedmiotu jest zdobycie minimalnej liczby punktów określonej dla każdego zadania. Obecność na zajęciach jest obowiązkowa. Ocena z przedmiotu wystawiana jest na podstawie sumy punktów zgodnie z poniższą skalą i progami:

91 – 100 punktów oznacza 5 (bardzo dobry)

81 – 90 punktów oznacza 4+ (dobry plus)

71 – 80 punktów oznacza 4 (dobry)

61 – 70 punktów oznacza 3+ (dostateczny plus)

51 – 60 punktów oznacza 3 (dostateczny)

poniżej 51 punktów oznacza 2 (niedostateczny), przedmiot musi być powtórzony.

KARTA PRZEDMIOTU

Nazwa przedmiotu: Praktyka zawodowa 2		Formy: praktyka	Obligatoryjność: fakultatywny
Kierunek studiów: Grafika reklamowa i multimedia specjalność: -		Poziom studiów: studia pierwszego stopnia	Język wykładowy: polski
Forma studiów: studia stacjonarne (ST) studia niestacjonarne (NST)	Semestr: 5 (ST, NST)	Liczba godzin w planie studiów: studia stacjonarne: 320h studia niestacjonarne: 320h	Nakład pracy: Liczba punktów ECTS: 8 Liczba godzin pracy: 200

Miejsce przedmiotu w programie studiów

„Praktyka zawodowa 2” jest kontynuacją cyklu praktyk, które uzupełniają program studiów o profilu praktycznym o rynkowy, zawodowy kontekst pracy projektanta różnych specjalności. Przedmiot przypisany jest do semestru 5., ale rozliczenie praktyk może się odbyć też w trybie rocznym. W trakcie praktyk osoby studiujące wykorzystują wiedzę, umiejętności i kompetencje społeczne pozyskane w trakcie poprzednich semestrów studiów. Dzięki możliwości wyboru miejsca praktyk osoby studiujące zyskują możliwość elastycznego kształtowania swojej ścieżki kariery i decydowania, który aspekt pracy projektanta chcą głębiej poznać. Doświadczenia zdobywane podczas praktyki służą też jako punkt odniesienia podczas pracy na kolejnych przedmiotach w toku studiów.

Efekty uczenia się

Kod kierunkowego efektu uczenia się	Przedmiotowe efekty uczenia się	Weryfikacja efektów uczenia się
specjalność: projektowanie graficzne		
GRM1_W05	Student(ka) zna i rozumie czynniki ekonomiczne, takie jak budżetowanie, wycena pracy, analiza kosztów i potencjalnych zysków oraz zarządzanie zasobami ludzkimi z zakresu projektowania graficznego.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_W07	Student(ka) zna i rozumie potencjalne konsekwencje prawne wynikające z naruszenia zasad ochrony własności intelektualnej w kontekście realizacji zadań z zakresu projektowania graficznego zleczanych przez praktykodawcę i wie, jak stosować środki ochrony intelektualnej zgodnie z obowiązującymi przepisami i standardami branżowymi.	Metoda 1 Metoda 2

GRM1_W08	Student(ka) na przepisy i wytyczne dotyczące pracy przy komputerze, właściwego ustawienia stanowiska pracy, dbania o higienę wzroku oraz przestrzegania limitów czasowych w pracy z ekranem, aby minimalizować ryzyko zdrowotne.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_W09	Student(ka) zna znaczenie dokładnego rejestrowania czasu pracy, co pozwala na precyzyjne rozliczanie się z klientem, oraz rozumie, jak wykorzystywać narzędzia do monitorowania i raportowania czasu pracy, które zwiększają przejrzystość i efektywność realizacji zadań z obszaru projektowania graficznego.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_W11	Student(ka) rozumie wpływ ekologicznych trendów na technologie projektowania graficznego, co obejmuje stosowanie zrównoważonych praktyk projektowych, takich jak wybór energooszczędnych formatów plików i optymalizacja procesów pod kątem minimalizacji zużycia zasobów.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_W12	Student(ka) rozumie siłę wpływu projektów graficznych na różne grupy społeczne, rozumiejąc, jak elementy wizualne mogą wzmacniać lub osłabiać określone przekazy, budzić emocje i wpływać na postawy odbiorców.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_U02	Student(ka) potrafi przeanalizować kontekst projektu oraz zidentyfikować kluczowe dane, które wpłyną na estetykę, funkcjonalność i przekaz tworzonych materiałów graficznych oraz odróżnić informacje istotne od zbędnych, co pozwala mu/jej na zachowanie jasności i spójności koncepcji projektu.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_U05	Student(ka) potrafi stworzyć solidną podstawę do rozpoczęcia procesu projektowego, opierając swoje działania na klarownych problemach i założeniach, które nie tylko realizują cele klienta, ale także zapewniają pozytywne doświadczenia użytkownikom końcowym realizacji z zakresu projektowania graficznego.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_U07	Student(ka) potrafi dobrać odpowiednie narzędzia warsztatu artystycznego, w tym cyfrowe techniki i technologie, do realizacji projektów typu branding i tworzenie identyfikacji wizualnej dla firm.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_U10	Student(ka) potrafi jasno i profesjonalnie wyjaśniać założenia koncepcyjne, decyzje projektowe oraz zastosowane techniki, dzięki czemu skutecznie przedstawia wartości wizualne i funkcjonalne proponowanych rozwiązań z zakresu projektowania graficznego.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_U14	Student(ka) potrafi zarządzać swoją rolą w zespole, dbając o terminowość i jakość wykonania swoich zadań, jednocześnie szanując potrzeby i opinie innych członków zespołu interdyscyplinarnego	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_U15	Student(ka) potrafi realizować potrzebę uczenia się przez całe życie zdając sobie sprawę, jak kluczowe jest ciągłe kształcenie się i adaptacja do zmieniających się warunków rynkowych z zakresu projektowania graficznego.	Metoda 1 Metoda 2

GRM1_K02	Student(ka) jest gotów(-owa) do wykorzystania wiedzy i doświadczenia zdobytych podczas studiów i podjęcia współpracy z praktykodawcą w zakresie projektowania graficznego.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_K04	Student(ka) jest gotów(-owa) do podejmowania działań na rzecz środowiska projektantów grafiki użytkowej, oraz do przyjęcia odpowiedzialności za odbiór własnej pracy w środowisku zawodowym.	Metoda 1 Metoda 2
specjalność: multimedia		
GRM1_W05	Student(ka) zna i rozumie czynniki ekonomiczne, takie jak budżetowanie, wycena pracy, analiza kosztów i potencjalnych zysków oraz zarządzanie zasobami ludzkimi z zakresu projektowania audiowizualnego.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_W07	Student(ka) zna i rozumie potencjalne konsekwencje prawne wynikające z naruszenia zasad ochrony własności intelektualnej w kontekście realizacji zadań z zakresu projektowania audiowizualnego zleczanych przez praktykodawcę i wie, jak stosować środki ochrony intelektualnej zgodnie z obowiązującymi przepisami i standardami branżowymi.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_W08	Student(ka) na przepisy i wytyczne dotyczące pracy przy komputerze, właściwego ustawienia stanowiska pracy, dbania o higienę wzroku oraz przestrzegania limitów czasowych w pracy z ekranem, aby minimalizować ryzyko zdrowotne.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_W09	Student(ka) zna znaczenie dokładnego rejestrowania czasu pracy, co pozwala na precyzyjne rozliczanie się z klientem, oraz rozumie, jak wykorzystywać narzędzia do monitorowania i raportowania czasu pracy, które zwiększają przejrzystość i efektywność realizacji zadań z obszaru projektowania audiowizualnego.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_W11	Student(ka) rozumie wpływ ekologicznych trendów na technologie projektowania audiowizualnego, co obejmuje stosowanie zrównoważonych praktyk projektowych, takich jak wybór energooszczędnych formatów plików i optymalizacja procesów pod kątem minimalizacji zużycia zasobów.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_W12	Student(ka) rozumie siłę wpływu projektów audiowizualnych na różne grupy społeczne, rozumiejąc, jak elementy komunikatu wizualnego mogą wzmacniać lub osłabiać określone przekazy, budzić emocje i wpływać na postawy odbiorców.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_U02	Student(ka) potrafi przeanalizować kontekst projektu oraz zidentyfikować kluczowe dane, które wpłyną na estetykę, funkcjonalność i przekaz tworzonych materiałów audiowizualnych oraz odróżnić informacje istotne od zbędnych, co pozwala mu/jej na zachowanie jasności i spójności koncepcji projektu.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_U05	Student(ka) potrafi stworzyć solidną podstawę do rozpoczęcia procesu projektowego, opierając swoje działania na klarownych problemach i założeniach, które nie tylko realizują cele klienta, ale także zapewniają pozytywne doświadczenia użytkownikom końcowym realizacji z zakresu projektowania audiowizualnego.	Metoda 1 Metoda 2

GRM1_U07	Student(ka) potrafi dobrać odpowiednie narzędzia warsztatu artystycznego, w tym cyfrowe techniki i technologie, do realizacji projektów typu reklamy wideo, spoty promocyjne i animacje, itp.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_U10	Student(ka) potrafi jasno i profesjonalnie wyjaśniać założenia koncepcyjne, decyzje projektowe oraz zastosowane techniki, dzięki czemu skutecznie przedstawia wartości wizualne i funkcjonalne proponowanych rozwiązań z zakresu projektów audiowizualnych.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_U14	Student(ka) potrafi zarządzać swoją rolą w zespole, dbając o terminowość i jakość wykonania swoich zadań, jednocześnie szanując potrzeby i opinie innych członków zespołu interdyscyplinarnego	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_U15	Student(ka) potrafi realizować potrzebę uczenia się przez całe życie poprzez nieustanne podnoszenie kompetencji zawodowych w obszarze projektowania audiowizualnego, co jest kluczowe w szybko rozwijającej się branży mediów i nowoczesnych technologii.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_K02	Student(ka) jest gotów(-owa) do wykorzystania wiedzy i doświadczenia zdobytych podczas studiów i podjęcia współpracy z praktykodawcą w zakresie projektów multimedialnych.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_K04	Student(ka) jest gotów(-owa) do podejmowania działań na rzecz środowiska multimedii, oraz do przyjęcia odpowiedzialności za odbiór własnej pracy w środowisku zawodowym.	Metoda 1 Metoda 2
specjalność: projektowanie zorientowane na użytkownika (UX)		
GRM1_W05	Student(ka) zna i rozumie czynniki ekonomiczne, takie jak budżetowanie, wycena pracy, analiza kosztów i potencjalnych zysków oraz zarządzanie zasobami ludzkimi z zakresu projektowania zorientowanego na użytkownika.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_W07	Student(ka) zna i rozumie potencjalne konsekwencje prawne wynikające z naruszenia zasad ochrony własności intelektualnej w kontekście realizacji zadań z zakresu projektowania zorientowanego na użytkownika zlecanych przez praktykodawcę i wie, jak stosować środki ochrony intelektualnej zgodnie z obowiązującymi przepisami i standardami branżowymi.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_W08	Student(ka) na przepisy i wytyczne dotyczące pracy przy komputerze, właściwego ustawienia stanowiska pracy, dbania o higienę wzroku oraz przestrzegania limitów czasowych w pracy z ekranem, aby minimalizować ryzyko zdrowotne.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_W09	Student(ka) zna znaczenie dokładnego rejestrowania czasu pracy, co pozwala na precyzyjne rozliczanie się z klientem, oraz rozumie, jak wykorzystywać narzędzia do monitorowania i raportowania czasu pracy, które zwiększają przejrzystość i efektywność realizacji zadań z obszaru projektowania zorientowanego na użytkownika (UX).	Metoda 1 Metoda 2

GRM1_W11	Student(ka) rozumie wpływ ekologicznych trendów na technologie projektowania zorientowanego na użytkownika (UX), co obejmuje stosowanie zrównoważonych praktyk projektowych, takich jak wybór energooszczędnych formatów plików i optymalizacja procesów pod kątem minimalizacji zużycia zasobów.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_W12	Student(ka) rozumie siłę wpływu projektów zorientowanych na użytkownika (UX) na różne grupy społeczne, rozumiejąc, jak elementy struktury informacji mogą wzmacniać lub osłabiać określone przekazy, budzić emocje i wpływać na postawy odbiorców.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_U02	Student(ka) potrafi przeanalizować kontekst projektu oraz zidentyfikować kluczowe dane, które wpłyną na estetykę, funkcjonalność i przekaz tworzonych materiałów z obszaru projektowania zorientowanego na użytkownika (UX) oraz odróżnić informacje istotne od zbędnych, co pozwala mu/jej na zachowanie jasności i spójności koncepcji projektu.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_U05	Student(ka) potrafi stworzyć solidną podstawę do rozpoczęcia procesu projektowego, opierając swoje działania na klarownych problemach i założeniach, które nie tylko realizują cele klienta, ale także zapewniają pozytywne doświadczenia użytkownikom końcowym realizacji z zakresu projektowania zorientowanego na użytkownika (UX).	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_U07	Student(ka) potrafi dobrać odpowiednie narzędzia warsztatu artystycznego, w tym cyfrowe techniki i technologie, do realizacji projektów jak intuicyjne interfejsy użytkownika (UI), w tym dla aplikacji mobilnych, stron internetowych i platform multimedialnych itp.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_U10	Student(ka) potrafi jasno i profesjonalnie wyjaśniać założenia koncepcyjne, decyzje projektowe oraz zastosowane techniki, dzięki czemu skutecznie przedstawia wartości wizualne i funkcjonalne proponowanych rozwiązań z zakresu projektowania zorientowanego na użytkownika (UX)	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_U14	Student(ka) potrafi zarządzać swoją rolą w zespole, dbając o terminowość i jakość wykonania swoich zadań, jednocześnie szanując potrzeby i opinie innych członków zespołu interdyscyplinarnego	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_U15	Student(ka) potrafi realizować potrzebę uczenia się przez całe życie zdając sobie sprawę, jak kluczowe jest ciągłe kształcenie się i adaptacja do najlepszych trendów w dziedzinie projektowania zorientowanego na użytkownika (UX)	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_K02	Student(ka) jest gotów(-owa) do wykorzystania wiedzy i doświadczenia zdobytych podczas studiów i podjęcia współpracy z praktykodawcą w zakresie projektowania zorientowanego na użytkownika	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_K04	Student(ka) jest gotów(-owa) do podejmowania działań na rzecz środowiska projektantów UX, oraz do przyjęcia odpowiedzialności za odbiór własnej pracy w środowisku zawodowym	Metoda 1 Metoda 2

Opis i treści programowe

Praktyka zawodowa 2

Opis:

Praktyka zawodowa 2 odbywana jest na trzecim roku studiów i ma na celu rozwijanie kompetencji zawodowych w wybranych specjalnościach: *Projektowanie graficzne*, *Multimedia*, *Projektowanie doświadczeń użytkownika (UX)*. Bazując na doświadczeniach z *Praktyki zawodowej 1*, studenci realizują bardziej złożone zadania, pogłębiają wiedzę branżową oraz doskonalą umiejętności praktyczne. Praktyka ta pozwala na bezpośrednie zetknięcie się z wymaganiami rynku pracy oraz rozwija umiejętności współpracy i adaptacji w zróżnicowanych środowiskach zawodowych.

Każda ze specjalności oferuje inne doświadczenia praktyczne, dostosowane do specyficznych potrzeb branży, w której student się specjalizuje. Studenci mają możliwość realizowania projektów z zakresu projektowania graficznego, multimedialnego lub UX, zdobywając tym samym wszechstronne umiejętności, które będą niezbędne na dalszych etapach kariery zawodowej.

Treści:

Specjalność: projektowanie graficzne

Cel: Celem tej specjalności jest rozwinięcie umiejętności związanych z projektowaniem wizualnym dla mediów drukowanych oraz cyfrowych. Studenci nauczą się tworzyć projekty graficzne spełniające potrzeby klientów, z naciskiem na branding, reklamę i projektowanie materiałów edytorskich, takich jak książki, magazyny, broszury i katalogi.

Treści programowe:

- Projektowanie materiałów promocyjnych: plakaty, ulotki, bannery.
- Branding i tworzenie identyfikacji wizualnej dla firm.
- Kompozycja, typografia i zaawansowane zasady projektowania graficznego.
- Przygotowanie materiałów do druku: zarządzanie kolorami, formaty plików, proofing.
- Współpraca z drukarniami, poznanie procesu produkcji poligraficznej.
- Projektowanie layoutów do magazynów, broszur i katalogów.
- Wykorzystanie oprogramowania (Adobe InDesign, Photoshop, Illustrator) w praktyce projektowej.

Specjalność: multimedia

Cel: Ta specjalność koncentruje się na nauce tworzenia treści multimedialnych, w tym animacji, produkcji filmowej i montażu, grafik 3D oraz projektów interaktywnych. Celem jest rozwinięcie umiejętności praktycznych w zakresie pracy z dynamicznymi, interaktywnymi formami komunikacji wizualnej.

Treści programowe:

- Tworzenie animacji 2D i 3D, w tym animacji do gier, reklam i filmów.
- Montaż wideo oraz edycja dźwięku, praca z programami takimi jak Adobe Premiere Pro, After Effects, Blender, Unreal Engine.
- Projektowanie interaktywnych elementów do stron internetowych i aplikacji.
- Produkcja multimedialna: tworzenie reklam wideo, spotów promocyjnych i animacji.
- Tworzenie dynamicznych grafik interaktywnych przy użyciu HTML5, CSS i JavaScript.

- Wykorzystanie elementów rozszerzonej rzeczywistości (AR) i wirtualnej rzeczywistości (VR) w projektach multimedialnych.

Specjalność: projektowanie doświadczeń użytkownika (UX)

Cel: Celem tej specjalności jest pogłębienie wiedzy z zakresu projektowania zorientowanego na użytkownika. Studenci nauczą się badać potrzeby użytkowników, projektować intuicyjne interfejsy oraz optymalizować doświadczenia użytkowników na podstawie danych analitycznych.

Treści programowe:

- Badania UX: analiza potrzeb użytkowników, badania rynku, persony użytkowników.
- Tworzenie makiet (wireframing) i prototypów interfejsów za pomocą narzędzi takich jak Figma, Adobe XD, Sketch.
- Projektowanie intuicyjnych interfejsów użytkownika (UI), w tym dla aplikacji mobilnych, stron internetowych i platform multimedialnych.
- Testowanie użyteczności: metody testowania z użytkownikami, analiza wyników, optymalizacja projektów.
- Projektowanie interfejsów dostępnych (accessibility) – zapewnienie, że produkty cyfrowe są dostępne dla wszystkich użytkowników, w tym osób z niepełnosprawnościami.
- Analiza zachowań użytkowników za pomocą narzędzi analitycznych (Google Analytics, Hotjar).

Metody dydaktyczne

Metody dydaktyczne wspierające osiągnięcie efektów uczenia się oraz działające na rzecz równości i równego zaangażowania wszystkich uczestników.

Podawcze:

- **Instruktaż techniczny** – Szczegółowe prezentacje i instrukcje dotyczące narzędzi graficznych i oprogramowania. Studenci mogą zapoznać się z funkcjami i technikami przydatnymi w projektowaniu materiałów reklamowych i edytorskich.
- **Studium przypadku** – Przykłady realnych projektów, omawiane z opiekunem praktyk, aby zrozumieć proces od briefu do realizacji.

Angażujące:

- **Praktyczne zadania projektowe** – Tworzenie projektów dla rzeczywistego klienta lub projektu symulacyjnego. Pozwala to studentom na zastosowanie zdobytej wiedzy w praktyce.

Inkluzywne:

- **Umożliwienie różnorodnych form prezentacji** – Studenci mogą wybierać różne formy prezentacji swoich prac (wideo, animacje, aplikacje), co pozwala na dostosowanie do różnych umiejętności i preferencji.
- **Feedback z różnorodnych źródeł** – Opinie od różnych osób (mentorów, rówieśników, klientów) na temat projektów studentów, co wspiera szeroką ocenę i rozwój umiejętności w różnych obszarach.
- **Indywidualne sesje mentorskie** – Spotkania z mentorem, które umożliwiają dostosowanie wsparcia do indywidualnych potrzeb studentów oraz pomagają w rozwiązywaniu problemów napotkanych w trakcie realizacji projektów.

Literatura obowiązkowa:

1. Materiały udostępnione przez praktykodawcę

Weryfikacja efektów uczenia się		
	Forma weryfikacji	Warunek zaliczenia
Metoda 1	Raport Część I [uzupełnia student(ka)] Raport realizacji praktyki zawodowej uwzględniający opis miejsca realizacji praktyk, rolę studenta/ki w firmie, opis kluczowych realizowanych zadań, a także refleksję nt. zdobytej wiedzy i nabytych umiejętności i kompetencjach społecznych oraz strategii działań zawodowych w przyszłości.	<ul style="list-style-type: none"> – minimalna liczba punktów konieczna do zaliczenia: 28 – maksymalna liczba punktów do zdobycia: 55
Metoda 2	Raport Część II [uzupełnia praktykodawca] Raport uwzględniający ocenę praktykodawcy zakresu osiągniętych przez studenta/ki efektów uczenia się w trakcie realizacji praktyk oraz opinię uzasadniającą wystawioną ocenę.	<ul style="list-style-type: none"> – minimalna liczba punktów konieczna do zaliczenia: 23 – maksymalna liczba punktów do zdobycia: 45

Ocena końcowa
<p>Warunkiem uzyskania oceny pozytywnej z przedmiotu jest zdobycie minimalnej liczby punktów określonej dla każdego zadania. Obecność na praktykach zawodowych jest obowiązkowa. Ocena z przedmiotu wystawiana jest na podstawie sumy punktów zgodnie z poniższą skalą i progami:</p> <p>91 – 100 punktów oznacza 5 (bardzo dobry) 81 – 90 punktów oznacza 4+ (dobry plus) 71 – 80 punktów oznacza 4 (dobry) 61 – 70 punktów oznacza 3+ (dostateczny plus) 51 – 60 punktów oznacza 3 (dostateczny) poniżej 51 punktów oznacza 2 (niedostateczny), przedmiot musi być powtórzony.</p>

KARTA PRZEDMIOTU

Nazwa przedmiotu: Projektowanie uniwersalne 2		Formy: warsztaty	Obligatoryjność: obowiązkowy
Kierunek studiów: Grafika reklamowa i multimedia specjalność: -		Poziom studiów: studia pierwszego stopnia	Język wykładowy: polski
Forma studiów: studia stacjonarne (ST) studia niestacjonarne (NST)	Semestr: 5 (ST, NST)	Liczba godzin w planie studiów: studia stacjonarne: 30h studia niestacjonarne: 24h	Nakład pracy: Liczba punktów ECTS: 2 Liczba godzin pracy: 50

Miejsce przedmiotu w programie studiów

„Projektowanie uniwersalne 2” jest kontynuacją przedmiotu „Projektowanie uniwersalne 1” i jednocześnie procesu design thinking, który rozpoczął się w poprzednim semestrze od badań i wyciągania wniosków. Treści przedmiotu obejmują w tym semestrze ewaluację, co sprawia, że jest to przedmiot komplementarny dla „Badań w procesie projektowym”, „Badań jakościowych” i „Analizy semiotycznej przekazu wizualnego”. Przedmiot uzupełnia też treści seminarium poprzez badania dostępności. Efekty uczenia się osiągnięte w tym procesie projektowym będą niezbędne w trakcie realizacji projektów na innych przedmiotach, w pracy nad projektem dyplomowym oraz w pracy zawodowej – niezależnie od wybranej specjalizacji.

Efekty uczenia się

Kod kierunkowego efektu uczenia się	Przedmiotowe efekty uczenia się	Weryfikacja efektów uczenia się
GRM1_W02	Student(ka) w zaawansowanym stopniu zna i rozumie znaczenie projektowania uniwersalnego jako metody wprowadzania zmiany społecznej i włączenia społecznego grup wykluczonych.	Metoda 1
GRM1_W03	Student(ka) w zaawansowanym stopniu zna i rozumie zasady i przebieg procesów projektowych i możliwości włączenia społecznego osób ze szczególnymi potrzebami przez ich partycypację w procesie projektowym.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_W06	Student(ka) w zaawansowanym stopniu zna i rozumie etyczny charakter decyzji projektowych oraz dostrzega możliwości włączania społecznego grup wykluczonych przez projektowanie uniwersalne.	Metoda 1 Metoda 2

GRM1_W11	Student(ka) w zaawansowanym stopniu zna i rozumie współczesne trendy technologiczne pozwalające na implementację dostępności w tworzeniu grafiki użytkowej, interakcji i multimediiów, w tym wpływ ciągłego rozwoju technologii na przebieg procesu projektowego.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_U01	Student(ka) potrafi wykorzystywać wiedzę z zakresu projektowania uniwersalnego i projektować rozwiązania dostępne, intuicyjne i włączające społecznie osoby ze szczególnymi potrzebami.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_U03	Student(ka) potrafi ocenić dobór narzędzi badawczych i analitycznych do formułowania założeń, realizacji i ewaluacji projektów realizowanych dla osób ze szczególnymi potrzebami.	Metoda 2
GRM1_U04	Student(ka) potrafi wykorzystać inkluzywny język do efektywnego komunikowania się z odbiorcą projektów ze szczególnymi potrzebami a także stosować inkluzywne techniki informacyjno-komunikacyjne podczas pracy zespołowej.	Metoda 2
GRM1_U05	Student(ka) potrafi formułować problemy projektowe w oparciu o wiedzę na temat potrzeb użytkownika z niepełnosprawnością, a także w zakresie generować rozwiązania o potencjale wdrożeniowym wybierając te problemy projektowe, które są problemami szerszego grona użytkowników.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_U07	Student(ka) umie stosować narzędzia i techniki nadające rozwiązaniom projektowym uniwersalny charakter.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_U14	Student(ka) potrafi jako projektant(-ka) grafiki użytkowej, interaktywnej i multimediiów współdziałać w zespole interdyscyplinarnym zakładającym partycypację użytkownika ze szczególnymi potrzebami w procesie projektowym.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_K01	Student(ka) jest gotów(-owa) do świadomej, krytycznej oceny pozyskanych informacji, poprzez ich weryfikację z docelowym użytkownikiem ze szczególnymi potrzebami i na tej podstawie dokonywania świadomych wyborów projektowych tworząc kompromis projektowy w procesie tworzenia dzieła graficznego, interaktywnego i/lub multimedialnego z zakresu sztuki użytkowej.	Metoda 2
GRM1_K04	Student(ka) jest gotów(-owa) do podejmowania działań na rzecz środowiska społecznego gdyż rozumie znaczenie projektowania uniwersalnego w kontekście społecznej odpowiedzialności i etyki zawodowej.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_K07	Student(ka) jest gotów(-owa) tworzenia społecznie odpowiedzialnej, uniwersalnej i czytelnej komunikacji wizualnej mającej na celu włączenie społeczne osób ze szczególnymi potrzebami.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_K08	Student(ka) jest gotów(-owa) do analizowania realizowanych przez siebie projektów oraz na podstawie ich weryfikacji z użytkownikami ze szczególnymi potrzebami dokonywania samooceny w zakresie etycznego wymiaru swojej pracy.	Metoda 1 Metoda 2

Opis i treści programowe

warsztaty

Opis:

Celem warsztatów jest poszerzenie wiedzy, umiejętności i kompetencji społecznych osób studiujących w zakresie projektowania uniwersalnego jako podejścia, które stawia na inkluzywność i dostępność dla wszystkich użytkowników. Studenci i studentki w poprzednim semestrze zdobyli(-ły) wiedzę i umiejętności projektowania dla osób ze szczególnymi potrzebami. Umiejętności tworzenia projektów dostępnych dla wszystkich, w tym osób z różnymi niepełnosprawnościami i osób wykluczonych jest kluczowa przy projektowaniu: wystaw, wayfinding-u, komunikacji wizualnej stron www i aplikacji mobilnych. Na początku semestru studenci i studentki sami(-e) przedstawiają problem projektowy (mogą to zrobić tworząc zespół projektowy) do rozwiązania. Problem ten ma wynikać z analiz grup ze szczególnymi potrzebami. Dopuszcza się też stworzenie zespołu projektowego z całej grupy studenckiej jeśli uczelnia nawiąże współpracę projektową z ważnym partnerem. W ramach przedmiotu studenci(-tki) będą dążyli(-ły) do rozwiązania tego problemu. Przedmiot kształtuje postawę odpowiedzialności społecznej. Ćwiczenia mają charakter problemowy i warsztatowy. Realizowane prototypy są weryfikowane z grupami docelowymi.

Treści:

Projekty realizowane na podstawie odkrytego przez studentów(tki) problemu projektowego dotyczącego jednej lub kilku grup wykluczonych. Warsztaty obejmują prototypowanie projektów i konsultacje z grupami docelowymi.

- Zastosowanie metodologii Design Thinking
- Analiza tematu projektowego studenta(-ki) sformułowanego w ramach kursu Projektowanie uniwersalne 1
- Analiza szczególnych potrzeb użytkowników, pod kątem tematu studenta(-ki)
- Zastosowanie metody jakościowej (wywiadu pogłębionego) z przedstawicielami grup docelowych dotyczący tematu studenta(-ki)
- Analizowanie danych
- Przygotowanie projektów koncepcyjnych rozwiązań
- Konsultacja pomysłów z grupą docelową
- Prototypowanie rozwiązań i ich weryfikacja z grupami docelowymi
- Indywidualne lub zespołowe prezentacje finałowe (przygotowane również w formie PDF) akcentujące wnioski i przedstawiające proces projektowy

Projekty prowadzony w tematyce takiej jak:

- starzejące się społeczeństwo (np. seniorzy w mieście),
- włączenie społeczne osób z niepełnosprawnościami,
- osoby w kryzysie bezdomności
- neuroróżnorodność,
- problemy migrantów w Polsce,
- dzieci jako osoby ze szczególnymi potrzebami w świecie zaprojektowanym dla dorosłych
- Dostępny Wayfinding,
- Dostępność stron WWW i aplikacji (analiza wytycznych WCAG),

- Korzyści dla projektowania UX wynikające z analizy szczególnych potrzeb użytkowników z niepełnosprawnościami

Metody dydaktyczne

Metody dydaktyczne wspierające osiągnięcie efektów uczenia się oraz działające na rzecz równości i równego zaangażowania wszystkich uczestników.

- Podawcze: prezentacje połączone z dyskusjami na temat case study.
- Angażujące: ćwiczenia praktyczne, praca nad projektami, z naciskiem na interdyscyplinarność, w tym spotkania z osobami ze szczególnymi potrzebami.
- Inkluzywne: korekty i rozmowy indywidualne, prowadzący bierze pod uwagę zróżnicowany poziom zaawansowania studentów oraz różnice w stylach uczenia się, dostosowując zadania i tempo pracy do indywidualnych potrzeb.

Literatura obowiązkowa:

1. Kowalski, K. (2024). *Włącznik 2.0*. Warszawa: Fundacja Integracja.
2. Kuang, C., & Fabricant, R. (2022). *User Friendly: Jak niewidoczne zasady projektowania zmieniają nasze życie, pracę i rozrywkę*. Kraków: Karakter. [Wybrane fragmenty wskazane przez prowadzącą]
3. Papanek, V. (2023). *Dizajn dla realnego świata: Środowisko człowieka i zmiana społeczna* (J. Holzman, Trans.). Kraków: Karakter.
4. Mace R. (1985). *Universal Design: Barrier Free Environments for Everyone*, Los Angeles
5. Wykłady gościnne 2020/21 [Projektowanie uniwersalne] WFP – School of Design [dostęp YouTube]
6. Formy XYZ. (2020). Projektowanie uniwersalne (Nr 4). Pobrano z <https://formy.xyz/>
7. Badania dostępne. (n.d.). Badania społeczne dostępne dla wszystkich. Pobrano z <https://badaniadostepne.wordpress.com/publikacja/>

Literatura uzupełniająca:

1. USTAWA z dnia 19 lipca 2019 r. o zapewnianiu dostępności osobom ze szczególnymi potrzebami.
2. USTAWA z dnia 4 kwietnia 2019 r. o dostępności cyfrowej stron internetowych i aplikacji mobilnych podmiotów publicznych.
3. USTAWA z dnia 26 kwietnia 2024 r. o zapewnianiu spełniania wymagań dostępności niektórych produktów i usług przez podmioty gospodarcze.
4. <https://www.funkify.org/>
5. <https://womai.pl/w-strone-ciemnosci/>
6. <https://integracja.org/wlacznik/>

Weryfikacja efektów uczenia się		
	Forma weryfikacji	Warunek zaliczenia
Metoda 1	zadanie praktyczne, projekt indywidualny lub grupowy dotyczący szczególnych potrzeb użytkowników	<ul style="list-style-type: none"> – minimalna liczba punktów konieczna do zaliczenia: 31 – maksymalna liczba punktów do zdobycia: 60
Metoda 2	prezentacja projektu	<ul style="list-style-type: none"> – minimalna liczba punktów konieczna do zaliczenia: 20 – maksymalna liczba punktów do zdobycia: 40

Ocena końcowa
<p>Warunkiem uzyskania oceny pozytywnej z przedmiotu jest zdobycie minimalnej liczby punktów określonej dla każdego zadania. Obecność na zajęciach jest obowiązkowa. Ocena z przedmiotu wystawiana jest na podstawie sumy punktów zgodnie z poniższą skalą i progami:</p> <p>91 – 100 punktów oznacza 5 (bardzo dobry) 81 – 90 punktów oznacza 4+ (dobry plus) 71 – 80 punktów oznacza 4 (dobry) 61 – 70 punktów oznacza 3+ (dostateczny plus) 51 – 60 punktów oznacza 3 (dostateczny) poniżej 51 punktów oznacza 2 (niedostateczny), przedmiot musi być powtórzony.</p>

KARTA PRZEDMIOTU

Nazwa przedmiotu: Język angielski specjalistyczny		Formy: ćwiczenia	Obligatoryjność: obowiązkowy
Kierunek studiów: Grafika reklamowa i multimedia specjalność: -		Poziom studiów: studia pierwszego stopnia	Język wykładowy: polski
Forma studiów: studia stacjonarne (ST) studia niestacjonarne (NST)	Semestr: 5 (ST, NST)	Liczba godzin w planie studiów: studia stacjonarne: 30h studia niestacjonarne: 24h	Nakład pracy: Liczba punktów ECTS: 3 Liczba godzin pracy: 50

Miejsce przedmiotu w programie studiów

Przedmiot „Język angielski specjalistyczny” jest częścią cyklu przygotowującego do pracy w zawodzie projektanta. Bazuje na kompetencjach na poziomie B2 zdobytych przez osoby studiujące podczas 4 semestrów języka angielskiego i dodaje do nich znajomość specjalistycznego słownictwa z zakresu projektowania. Kontynuacją rozwoju w tym zakresie są anglojęzyczne warsztaty w kolejnym semestrze – „International Workshop”.

Efekty uczenia się

Kod kierunkowego efektu uczenia się	Przedmiotowe efekty uczenia się	Weryfikacja efektów uczenia się
GRM1_U12	Student(ka) potrafi efektywnie komunikować się w języku angielskim na poziomie B2 Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego, wykorzystując przy tym specjalistyczną terminologię z zakresu, grafiki użytkowej, interaktywnej i multimediów oraz z zakresu komunikacji społecznej i mediów.	Metoda 1 Metoda 2

Opis i treści programowe

ćwiczenia

Opis:

Celem przedmiotu jest doskonalenie znajomości języka angielskiego o język branżowy związany z grafiką reklamową i multimediami oraz rozbudowywanie umiejętności takich jak mówienie, czytanie, pisanie i słuchanie z naciskiem na język specjalistyczny. Zajęcia służą podniesieniu językowych kwalifikacji oraz umożliwiają czynną komunikację w obcojęzycznym środowisku projektowym. Osoby studiujące nabywają umiejętności niezbędne do prowadzenia dyskusji, czytania

i rozumienia anglojęzycznego tekstu oraz uczą się sporządzać notatki w języku angielskim. Studenci ćwiczą wszystkie umiejętności językowe, z naciskiem na rozwój umiejętności komunikacyjnych niezbędnych do uzyskania efektów kształcenia dla danego poziomu. Zajęcia są dostosowane do wyjściowego poziomu znajomości języka przez studentów.

Treści:

- Lektura artykułów anglojęzycznych poświęconych grafice i reklamie.
- Rozmowy w języku angielskim o tematyce branżowej:
 - historia grafiki i reklamy
 - elementy procesu projektowego
 - wstęp do marketingu i reklamy
 - zawody związane z marketingiem i reklamą i ich zakres obowiązków
 - tożsamość firmy, logo, marki, branding,
 - pozyskiwanie klienta,
 - planowanie strategii marketingowej,
 - tworzenie reklam,
 - narzędzia marketingowe,
 - public relations
 - UX i słownictwo do prowadzenia warsztatów UX
 - Podstawowe zagadnienia dotyczące prowadzenia badań

Metody dydaktyczne

Metody dydaktyczne wspierające osiągnięcie efektów uczenia się oraz działające na rzecz równości i równego zaangażowania wszystkich uczestników.

- Podawcze: wykorzystujące drukowane i elektroniczne materiały dydaktyczne, nagrania dźwiękowe oraz nagrania audiowizualne.
- Angażujące: ćwiczenia wymowy, gramatyki, słownictwa, słuchania, pisanie, ćwiczenia praktyczne, dyskusje, indywidualne zadania (quizy, testy, praca z tekstem, zadania domowe, projekty), zadania grupowe (dyskusje, odgrywanie scenek, projekty).
- Inkluzywne: wykorzystujące interaktywne ćwiczenia e-learningowe dostosowane do różnych potrzeb i możliwości osób studiujących

Literatura obowiązkowa:

1. Robinson, N. (2014). *Cambridge English for Marketing*. Cambridge: Cambridge University Press.

Literatura uzupełniająca:

1. Cotton, D., Falvey, D., & Kent, S. (2013). *Market Leader: Business English Marketing*. Harlow: Pearson.
2. Materiały internetowe: podcasty BBC Learning English, materiały British Council, TED talks, ESL Brains etc.
3. Materiały własne prowadzącego.

Weryfikacja efektów uczenia się		
	Forma weryfikacji	Warunek zaliczenia
Metoda 1	zadania pisemne i ustne	<ul style="list-style-type: none"> – minimalna liczba punktów konieczna do zaliczenia: 40 – maksymalna liczba punktów do zdobycia: 80
Metoda 2	praca własna osoby studiującej: prezentacje, projekty, realizacja zadań w trakcie zajęć	<ul style="list-style-type: none"> – minimalna liczba punktów konieczna do zaliczenia: 11 – maksymalna liczba punktów do zdobycia: 20

Ocena końcowa
<p>Warunkiem uzyskania oceny pozytywnej z przedmiotu jest zdobycie minimalnej liczby punktów określonej dla każdego zadania. Obecność na zajęciach jest obowiązkowa. Ocena z przedmiotu wystawiana jest na podstawie sumy punktów zgodnie z poniższą skalą i progami:</p> <p>91 – 100 punktów oznacza 5 (bardzo dobry)</p> <p>81 – 90 punktów oznacza 4+ (dobry plus)</p> <p>71 – 80 punktów oznacza 4 (dobry)</p> <p>61 – 70 punktów oznacza 3+ (dostateczny plus)</p> <p>51 – 60 punktów oznacza 3 (dostateczny)</p> <p>poniżej 51 punktów oznacza 2 (niedostateczny), przedmiot musi być powtórzony.</p>

KARTA PRZEDMIOTU

Nazwa przedmiotu: Seminarium dyplomowe 1		Formy: seminarium dyplomowe	Obligatoryjność: obowiązkowy
Kierunek studiów: Grafika reklamowa i multimedia specjalność: -		Poziom studiów: studia pierwszego stopnia	Język wykładowy: polski
Forma studiów: studia stacjonarne (ST) studia niestacjonarne (NST)	Semestr: 5 (ST) 6 (NST)	Liczba godzin w planie studiów: studia stacjonarne: 48h studia niestacjonarne: 30h	Nakład pracy: Liczba punktów ECTS: 6 Liczba godzin pracy: 150

Miejsce przedmiotu w programie studiów

„Seminarium dyplomowe 1” rozpoczyna finalny cykl przygotowania pracy dyplomowej. Pierwszy semestr seminarium bazuje w dużej mierze na przedmiotach z zakresu badań (m.in. „Badania w procesie projektowym”) i kontekstu projektowania (m.in. „Socjologia sztuki i projektowania”) oraz na umiejętnościach zdobytych przez osoby studiujące na „Proseminarium”. Poza pracą nad częścią pisemną, rozpoczyna się też proces projektowania, do którego przygotowywały kursy przedmiotowe i specjalnościowe. W zależności od preferowanej ścieżki rozwoju, osoby studiujące mogą wybrać pomiędzy kilkoma różnymi zakresami tematycznymi seminariów: projektowaniem graficznym, filmem, animacją lub projektowaniem doświadczeń użytkowników (UX).

Efekty uczenia się

Kod kierunkowego efektu uczenia się	Przedmiotowe efekty uczenia się	Weryfikacja efektów uczenia się
GRM1_W02	Student(ka) w zaawansowanym stopniu zna i znaczenie, zasady i metodologię projektowania uniwersalnego dla różnych grup odbiorców i rozumie możliwość rozszerzenia grupy odbiorców projektu o osoby ze szczególnymi potrzebami w trakcie przygotowywania projektu dyplomowego w obszarze wybranej specjalności i specyfiki grupy seminaryjnej w zakresie projektowania graficznego/multimediów/zorientowanego na użytkownika (UX).	Metoda 1

GRM1_W11	Student(ka)w zaawansowanym stopniu zna współczesne trendy technologiczne w tworzeniu grafiki użytkowej, interaktywnej lub multimediiów, w tym wpływ ciągłego rozwoju technologii na przebieg procesu projektowego i rozumie zasady doboru technologii do wykonania pracy dyplomowej.	Metoda 1
GRM1_U02	Student(ka) potrafi dokonać selekcji, analizy i krytycznej oceny informacji na potrzeby realizacji pracy dyplomowej w obszarze wybranej specjalności i specyfiki grupy seminaryjnej w zakresie projektowania graficznego/ multimediiów/zorientowanego na użytkownika (UX).	Metoda 1
GRM1_U03	Student(ka) potrafi dobrać narzędzia badawcze i analityczne do formułowania założeń, realizacji i ewaluacji pracy dyplomowej w obszarze wybranej specjalności i specyfiki grupy seminaryjnej w zakresie projektowania graficznego/multimediiów/zorientowanego na użytkownika (UX) .	Metoda 1
GRM1_U10	Student(ka) potrafi rozmawiać na temat pracy dyplomowej w obszarze wybranej specjalności i specyfiki grupy seminaryjnej w zakresie projektowania graficznego/multimediiów/zorientowanego na użytkownika (UX) z wykorzystaniem terminologii adekwatnej do specyfiki tematu.	Metoda 1
GRM1_U11	Student(ka) potrafi dyskutować na temat pracy dyplomowej w obszarze wybranej specjalności i specyfiki grupy seminaryjnej w zakresie projektowania graficznego/multimediiów/zorientowanego na użytkownika (UX).	Metoda 1
GRM1_K02	Student(ka) jest gotów(-owa) do umiejętnego korzystania z własnej wiedzy i doświadczenia oraz konstruktywnej współpracy ze specjalistami również z dyscyplin innych niż sztuki plastyczne i konserwacja dzieł sztuki oraz nauki o komunikacji społecznej i mediach na potrzeby pracy dyplomowej.	Metoda 1
GRM1_K09	Student(ka) jest gotów(-owa) do przestrzegania zasad etyki zawodowej projektanta(-ki) w trakcie realizacji pracy dyplomowej oraz w przyszłym życiu zawodowym.	Metoda 1

Opis i treści programowe

Seminarium dyplomowe 1

Opis:

Treści:

1. Omówienie wybranego problemu projektowego i zawężenie go do tematu dyplomowego

- Identyfikacja i analiza konkretnego problemu projektowego, który stanie się przedmiotem projektu dyplomowego.
- Doprecyzowanie problemu w taki sposób, by temat był jasny, konkretny i możliwy do rozwiązania w ramach projektu dyplomowego.

2. Zebranie danych i analiz

W trakcie przedmiotu *Seminarium dyplomowe 1* student(ka) rozpoczyna pracę nad wybranym tematem pracy dyplomowej. W trakcie *Seminarium dyplomowego 1* student(ka) przygotowuje pogłębioną analizę na potrzeby tematu pracy dyplomowej: opisuje i wyjaśnia wybrane problemy, zjawiska i/lub procesy z zakresu grafiki użytkowej/multimediów/projektowania zorientowanego na użytkownika, odwołując się do dorobku dziedziny nauki i dyscyplin naukowych właściwych dla studiowanego kierunku, uczy się operować językiem właściwym dla wybranej specjalności w stopniu umożliwiającym przygotowanie opisu projektu oraz potrafi wskazać i zastosować wymogi formalne stawiane pracom dyplomowym, w tym zasady ochrony prawa autorskiego. Samodzielnie wyszukuje informacje niezbędne do napisania pracy dyplomowej, przeprowadza badania na potrzeby projektu, analizuje zebrany materiał oraz formułuje argumenty i wnioski, które przedstawia na przeglądzie podsumowującym *Seminarium dyplomowe 1*.

- Zebranie i zorganizowanie danych oraz analiz, które posłużą jako podstawa do stworzenia wytycznych projektowych.

3. Przeprowadzenie badań niezbędnych do przygotowania projektu

- Zweryfikowanie potrzeb użytkowników i interesariuszy oraz lepsze zrozumienie problemu na podstawie badań pierwotnych.
- Wyniki będą stanowiły podstawę do weryfikacji i dostosowania założeń projektowych.

4. Przygotowanie założeń projektowych

- Sformułowanie szczegółowych wytycznych projektowych, służących do realizacji projektu.

5. Przygotowanie opracowania pisemnego stanu pracy nad projektem dyplomowym

- Dokumentowanie stanu zaawansowania projektu oraz jego głównych założeń, metodologii i wyników badań w formie pliku podsumowującego aktualny stan pracy nad projektem, który można zaprezentować promotorowi lub komisji oceniającej.

6. Przygotowanie prezentacji na potrzeby przeglądu dyplomowego

- Przygotowanie atrakcyjnej, merytorycznej prezentacji, która efektywnie przedstawi założenia projektu, metody badań oraz planowaną koncepcję zrozumiałej dla komisji i promotorów.

Metody dydaktyczne

Metody dydaktyczne wspierające osiągnięcie efektów uczenia się oraz działające na rzecz równości i równego zaangażowania wszystkich uczestników.

Podawcze: prezentacje porządkujące treści prezentowane podczas seminarium i wyjaśniające cel i strukturę zajęć.

Angażujące: prezentacja na forum postępów pracy nad projektem, dyskusja nad projektami osób studiujących.

Inkluzywne: indywidualne konsultacje.

Literatura obowiązkowa:

1. Blein B., *Sztuka prezentacji i wystąpień publicznych*, Wydawnictwo RM, Warszawa 2010
2. Golał R., *Prawo autorskie i prawa pokrewne*, C.H.Beck, Warszawa 2008.
3. Majchrzak, J., Mendel, T. (2009). *Metodyka pisania prac magisterskich i dyplomowych: poradnik pisania prac promocyjnych oraz innych opracowań naukowych wraz z przygotowaniem ich do obrony lub publikacji*, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu, Poznań

Literatura uzupełniająca:

Literatura przedmiotu ustalana jest indywidualnie ze studentem w zależności od tematu pracy.

1. Kutnyj, P. (2021). *Sztuka autoprezentacji i wystąpień publicznych*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
2. Leary, M. (2017). *Wywieranie wrażenia. Strategie autoprezentacji*. Gdańsk: Wydawnictwo: GWP

Weryfikacja efektów uczenia się

	Forma weryfikacji	Warunek zaliczenia
Metoda 1	Indywidualna prezentacja w ramach przeglądu - Student(-ka) jest zobowiązany do wzięcia udziału w przeglądzie podczas którego prezentuje i omawia postępy w pracy nad projektem dyplomowym. Kluczowym kryterium oceny jest umiejętność jasnego przedstawienia celów projektu, uzasadnienie wyborów projektowych oraz odpowiedź na pytania promotora.	<ul style="list-style-type: none"> – minimalna liczba punktów konieczna do zaliczenia: 51 – maksymalna liczba punktów do zdobycia: 100

Ocena końcowa

Warunkiem uzyskania oceny pozytywnej z przedmiotu jest zdobycie minimalnej liczby punktów określonej dla każdego zadania. Obecność na zajęciach jest obowiązkowa. Ocena z przedmiotu wystawiana jest na podstawie sumy punktów zgodnie z poniższą skalą i progami:

91 – 100 punktów oznacza 5 (bardzo dobry)

81 – 90 punktów oznacza 4+ (dobry plus)

71 – 80 punktów oznacza 4 (dobry)

61 – 70 punktów oznacza 3+ (dostateczny plus)

51 – 60 punktów oznacza 3 (dostateczny)

poniżej 51 punktów oznacza 2 (niedostateczny), przedmiot musi być powtórzony.

specjalność: Projektowanie graficzne

KARTA PRZEDMIOTU			
Nazwa przedmiotu: Projektowanie przekazu reklamowego 2		Formy: warsztaty	Obligatoryjność: specjalnościowy
Kierunek studiów: Grafika reklamowa i multimedia specjalność: Projektowanie graficzne		Poziom studiów: studia pierwszego stopnia	Język wykładowy: polski
Forma studiów: studia stacjonarne (ST) studia niestacjonarne (NST)	Semestr: 5 (ST, NST)	Liczba godzin w planie studiów: studia stacjonarne: 30h studia niestacjonarne: 24h	Nakład pracy: Liczba punktów ECTS: 2 Liczba godzin pracy: 50

Miejsce przedmiotu w programie studiów

Przedmiot „Projektowanie przekazu reklamowego 2” rozwija cykl związany z projektowaniem materiałów reklamowych o szeroko pojętą reklamę zewnętrzną i należy do grupy przedmiotów poświęconych najbardziej typowym realizacjom w zawodzie projektanta grafiki użytkowej. Ten semestr cyklu dodatkowo wprowadza przekaz za pomocą zmysłów innych, niż wzrok. Przedmiot korzysta z wiedzy i umiejętności przyswojonych podczas nauki przedmiotów: „Projektowanie przekazu reklamowego 1”, „Komunikacja wizualna” 1 i 2, „Projektowanie grafiki rastrowej” 1 i 2, „Projektowanie grafiki wektorowej”, „Typografia”, „Historia sztuk audiowizualnych” 1 i 2, „Przygotowanie do druku”, „Struktury wizualne”, „Systemy identyfikacji wizualnej 1” oraz „Reklama i branding”. Przedmiot jest komplementarny dla cykli „Grafika informacyjna”, „Projektowanie opakowań” i „Techniki edytorskie”. Zdobyte kompetencje będą przydatne na przedmiotach „Projektowanie przekazu reklamowego 3”, „Projektowanie graficzne – warsztaty projektowe” 1 i 2 oraz podczas pracy nad dyplomem (w zależności od wyboru tematu przez osobę studiującą).

Efekty uczenia się

Kod kierunkowego efektu uczenia się	Przedmiotowe efekty uczenia się	Weryfikacja efektów uczenia się
GRM1_W01	Student(-ka) zna w zaawansowanym stopniu zasady tworzenia reklam sensualnej i ambientowej oraz sposoby oddziaływania kampanii reklamowych angażujących zmysły (wzrok, słuch, dotyk, zapach, smak), a także wie, jak te elementy wpływają na percepcję reklamy.	Metoda 1 Metoda 2

GRM1_W04	Student(-ka) w zaawansowanym stopniu zna zasady posługiwania się ekspresją artystyczną oraz umiejętnościami warsztatowymi właściwymi dla reklamy sensualnej i ambientowej, a także ich zastosowania i potencjał do angażowania odbiorców poprzez niestandardowe wykorzystanie przestrzeni publicznej.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_W12	Student(ka) zna i rozumie w zaawansowanym stopniu szeroki kontekst społeczny, rynkowy i polityczny dotyczący projektowania kampanii reklamowych.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_U04	Student(-ka) potrafi wykorzystywać posiadaną wiedzę z zakresu teorii oraz praktyki sztuki i projektowania do zaplanowania i poprowadzenia procesu projektowego związanego z tworzeniem reklamy zewnętrznej, w tym także sensualnej i ambientowej.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_U05	Student(-ka) potrafi formułować problemy projektowe dotyczące reklamy sensualnej i ambientowej, opierając się na wiedzy na temat potrzeb rynku i analizie potrzeb użytkownika oraz księdze znaku i na tej podstawie proponować rozwiązania z zakresu reklamy o potencjale wdrożeniowym.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_U08	Student(-ka) potrafi za pomocą wyobraźni, intuicji i emocjonalności proponować różnorodne i nawiązujące do odmiennych stylistyk rozwiązania problemu projektowego z zakresu reklamy zewnętrznej, w tym także sensualnej i ambientowej.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_K03	Student(-ka) jest gotów(-owa) do celowego i świadomego korzystania z własnej wyobraźni, intuicji, emocjonalności i zdolności do twórczego myślenia w trakcie dostosowywania multisensorycznego przekazu reklamowego do warunków przestrzeni, w której ma być prezentowany.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_K05	Student(-ka) jest gotów(-owa) do tworzenia perswazyjnego i informacyjnego przekazu reklamowego w zakresie tworzenia reklamy sensualnej i ambientowej na potrzeby ważnych społecznie tematów.	Metoda 1 Metoda 2

Opis i treści programowe
warsztaty
<p>Opis: Przedmiot rozwija nabyte wcześniej umiejętności projektowania przekazu reklamowego, koncentrując się na wykorzystaniu sensualnych wrażeń (zmysłów) w reklamie oraz reklamy ambientowej. Będzie to pierwszy etap wprowadzania bardziej zaawansowanych metod projektowych, które angażują odbiorców na poziomie emocjonalnym i sensorycznym.</p>
<p>Treści:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Reklama sensualna – omówienie wykorzystania zmysłów (wzroku, słuchu, zapachu, dotyku, smaku) w tworzeniu reklam, które mają na celu wywołanie głębszych reakcji emocjonalnych. – Reklama ambientowa – analiza kampanii reklamowych opartych na niestandardowym, kreatywnym wykorzystaniu przestrzeni publicznej.

- Zasady projektowania w kontekście przestrzennym i zmysłowym – ćwiczenia w zakresie tworzenia reklam angażujących odbiorców w niestandardowy sposób.
- Planowanie wykorzystania dźwięku i zapachu w przestrzeni publicznej jako części kampanii reklamowej – zmysły w projekcie reklamowym.
- Ćwiczenie umiejętności uwzględniania interakcji odbiorców z przestrzenią – wpływ umiejscowienia reklamy na jej odbiór.

Przykładowe ćwiczenia (do wyboru):

- Ćwiczenie 1: Projekt reklamy ambientowej dla lokalnej przestrzeni miejskiej
Opis: Studenci mają za zadanie zaprojektować reklamę ambientową dla wybranej lokalizacji w przestrzeni publicznej (np. przystanek autobusowy, park, centrum handlowe). Projekt powinien wykorzystywać elementy angażujące zmysły odbiorców, takie jak wzrok, dźwięk, dotyk lub zapach.
- Ćwiczenie 2: Tworzenie multisensorycznego doświadczenia reklamowego
Opis: Studenci projektują kampanię, która angażuje co najmniej dwa zmysły odbiorców, np. wzrok i zapach, wzrok i dotyk.
Projekt może obejmować ulotki, instalacje w przestrzeni publicznej, interaktywne elementy w sklepach.

Metody dydaktyczne

Metody dydaktyczne wspierające osiągnięcie efektów uczenia się oraz działające na rzecz równości i równego zaangażowania wszystkich uczestników.

- Podawcze: prezentacja, case study
- Angażujące: ćwiczenia, dyskusje, prezentacje
- Inkluzywne: indywidualne korekty

Literatura obowiązkowa:

1. Pallasmaa, J. (2012). *Oczy skóry. Architektura i zmysły* (M. Choptiany, Trans.). Kraków: Instytut Architektury.
2. Young, M. (2018). *O reklamie w epoce cyfrowej*. Warszawa: Arkady.
3. Toscani, O. (1997). *Reklama: uśmiechnięte ścierwo*. Koszalin: Delta.

Literatura uzupełniająca:

1. Arnheim, R. (2022). *Sztuka i percepcja wzrokowa: Psychologia twórczego oka*. Łódź: Oficyna.

Weryfikacja efektów uczenia się		
	Forma weryfikacji	Warunek zaliczenia
Metoda 1	Zadania praktyczne	<ul style="list-style-type: none"> – minimalna liczba punktów konieczna do zaliczenia: 31 – maksymalna liczba punktów do zdobycia: 60
Metoda 2	przegląd zestawu zadań praktycznych z udziałem studenta(-ki)	<ul style="list-style-type: none"> – minimalna liczba punktów konieczna do zaliczenia: 20 – maksymalna liczba punktów do zdobycia: 40

Ocena końcowa

Warunkiem uzyskania oceny pozytywnej z przedmiotu jest zdobycie minimalnej liczby punktów określonej dla każdego zadania. Obecność na zajęciach jest obowiązkowa. Ocena z przedmiotu wystawiana jest na podstawie sumy punktów zgodnie z poniższą skalą i progami:

91 – 100 punktów oznacza 5 (bardzo dobry)

81 – 90 punktów oznacza 4+ (dobry plus)

71 – 80 punktów oznacza 4 (dobry)

61 – 70 punktów oznacza 3+ (dostateczny plus)

51 – 60 punktów oznacza 3 (dostateczny)

poniżej 51 punktów oznacza 2 (niedostateczny), przedmiot musi być powtórzony.

KARTA PRZEDMIOTU

Nazwa przedmiotu: Grafika informacyjna 3		Formy: warsztaty	Obligatoryjność: specjalnościowy
Kierunek studiów: Grafika reklamowa i multimedia specjalność: Projektowanie graficzne		Poziom studiów: studia pierwszego stopnia	Język wykładowy: polski
Forma studiów: studia stacjonarne (ST) studia niestacjonarne (NST)	Semestr: 5 (ST, NST)	Liczba godzin w planie studiów: studia stacjonarne: 30h studia niestacjonarne: 24h	Nakład pracy: Liczba punktów ECTS: 2 Liczba godzin pracy: 50

Miejsce przedmiotu w programie studiów

Przedmiot „Grafika informacyjna 3” należy do grupy przedmiotów poświęconych najbardziej typowym realizacjom w zawodzie projektanta grafiki użytkowej – w tym wypadku jest to projektowanie instrukcji. Przedmiot wykorzystuje umiejętności warsztatowe i narzędziowe zdobyte na przedmiotach „Typografia”, „Projektowanie grafiki wektorowej” oraz „Komunikacja wizualna” 1 i 2. Osoby studiujące zdobyły też kompetencje badawcze na przedmiotach „Badania w procesie projektowym” i „Badania jakościowe w procesie projektowym” oraz z zakresu prowadzenia procesu projektowego na przedmiocie „Architektura informacji i narzędzia w procesie projektowym” oraz poznały różne potrzeby użytkowników na przedmiocie „Projektowanie uniwersalne 1”. Przedmiot jest komplementarny dla cykli „Techniki edytorskie”, „Projektowanie opakowań” i „Projektowanie przekazu reklamowego” oraz dla przedmiotu „Systemy identyfikacji wizualnej. Zdobyte kompetencje mogą być wykorzystane na przedmiotach „Projektowanie graficzne – warsztaty projektowe” 1 i 2 oraz podczas pracy nad projektem dyplomowym (w zależności od wyboru tematu przez osobę studiującą).

Efekty uczenia się

Kod kierunkowego efektu uczenia się	Przedmiotowe efekty uczenia się	Weryfikacja efektów uczenia się
GRM1_W01	Student/studentka zna w zaawansowanym stopniu zasady tworzenia czytelnych, atrakcyjnych wizualnie i przyjaznych dla użytkownika instrukcji.	Metoda 1
GRM1_W06	Student(-ka) zna i rozumie odpowiedzialność projektanta instrukcji za skuteczność przekazu wizualnego oraz rozpoznaje znaczenie jego odporności na błędy użytkowników o różnych możliwościach percepcyjnych.	Metoda 1

GRM1_U02	Student(-ka) potrafi dokonać selekcji, analizy i krytycznej oceny informacji pozyskanych na potrzeby projektowania instrukcji.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_U05	Student(-ka) potrafi sformułować problem projektowy w oparciu o wiedzę na temat potrzeb odbiorców i na tej podstawie stworzyć skuteczną i odporną na błędy użytkowników instrukcję.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_U07	Student(ka) potrafi stosować różne narzędzia analogowe i cyfrowe, stosować projektowanie na siatkach oraz dobrać odpowiednią typografię, kolor i kompozycję dla realizacji ilustrowanych instrukcji.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_U11	Student/studentka potrafi porównywać różne style ilustracji w instrukcjach, oceniając ich jakość i skuteczność z punktu widzenia sztuk plastycznych i konserwacji dzieł sztuki, oraz formułować ustnie logiczne argumenty popierające swoje stanowisko.	Metoda 2
GRM1_K01	Student(-ka) jest gotów(-owa) do krytycznej oceny informacji pozyskanych na potrzeby tworzenia instrukcji, a na tej podstawie dokonywania świadomych wyborów projektowych.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_K05	Student(-ka) jest gotów(-owa) do tworzenia informacyjnego przekazu w formie instrukcji na ważny społecznie temat.	Metoda 1
GRM1_K07	Student(-ka) jest gotów(-owa) do tworzenia społecznie odpowiedzialnej ilustrowanej instrukcji w zrozumiałej i dostosowanej do odbiorcy formie.	Metoda 1 Metoda 2

Opis i treści programowe
warsztaty
<p>Opis: Semestr poświęcony jest projektowaniu instrukcji, a osoby studiujące będą eksploatować różnorodne ich zastosowania: promocyjne, techniczne i edukacyjne. Oprócz grafiki wektorowej będą stosowane również techniki analogowe. W trakcie realizowanych ćwiczeń osoby studiujące będą stosować różne środki wyrazu artystycznego oraz eksploatować zagadnienia związane z odpowiedzialnością społeczną projektantów instrukcji</p>
<p>Treści: wstęp: Historia i współczesność ilustrowanych instrukcji, analiza dobrych praktyk – IKEA i Lego oraz instrukcje bezpieczeństwa; proces projektowania i ewaluacji instrukcji. ćwiczenia praktyczne:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. instrukcja ilustrowana „jak skutecznie...”, format A4, technika klasyczna i cyfrowa, kolor. 2. instrukcja montażu krzesła, format dowolny, czarno-biała, grafika wektorowa. 3. instrukcja edukacyjna – jak nie dać się <i>fake news</i>; grupy odbiorców losowo przydzielone, seria kilku grafik w formatach mediów społecznościowych oraz na ich bazie plakat B2.
<p>Metody dydaktyczne Metody dydaktyczne wspierające osiągnięcie efektów uczenia się oraz działające na rzecz równości i równego zaangażowania wszystkich uczestników. – Podawcze: prezentacja.</p>

– Angażujące i inkluzywne: praca indywidualna, design safari, eksperyment, konsultacje indywidualne i grupowe oraz dyskusja.

Każde z realizowanych kolejno zadań można poprawiać do przeglądu końcowego. Można też je konsultować na cotygodniowych dyżurach on-line.

Literatura obowiązkowa:

1. Gonzáles-Miranda, E., & Quindós, T. (2016). *Projektowanie ikon i piktogramów*. Kraków: d2d.pl.
2. Mijksenaar, P. (1997). *Visual function: An introduction to information design*. Rotterdam: 010 Publishers.

Literatura uzupełniająca:

1. Frascara, J. (1988). Graphic design: Fine art or social science? *Design Issues*, 5(1), 18–29. <https://www.jstor.org/stable/1511556>

Weryfikacja efektów uczenia się

	Forma weryfikacji	Warunek zaliczenia
Metoda 1	prezentacja zespołowa przedstawiająca proces projektowy i finalny projekt w ramach ćwiczenia 3	– minimalna liczba punktów konieczna do zaliczenia: 21 – maksymalna liczba punktów do zdobycia: 40
Metoda 2	przegląd projektów z ćwiczeń 1 i 2	– minimalna liczba punktów konieczna do zaliczenia: 30 – maksymalna liczba punktów do zdobycia: 60

Ocena końcowa

Warunkiem uzyskania oceny pozytywnej z przedmiotu jest zdobycie minimalnej liczby punktów określonej dla każdego zadania. Obecność na zajęciach jest obowiązkowa. Ocena z przedmiotu wystawiana jest na podstawie sumy punktów zgodnie z poniższą skalą i progami:

91 – 100 punktów oznacza 5 (bardzo dobry)

81 – 90 punktów oznacza 4+ (dobry plus)

71 – 80 punktów oznacza 4 (dobry)

61 – 70 punktów oznacza 3+ (dostateczny plus)

51 – 60 punktów oznacza 3 (dostateczny)

poniżej 51 punktów oznacza 2 (niedostateczny), przedmiot musi być powtórzony.

KARTA PRZEDMIOTU

Nazwa przedmiotu: Techniki edytorskie 3		Formy: warsztaty	Obligatoryjność: specjalnościowy
Kierunek studiów: Grafika reklamowa i multimedia specjalność: Projektowanie graficzne		Poziom studiów: studia pierwszego stopnia	Język wykładowy: polski
Forma studiów: studia stacjonarne (ST) studia niestacjonarne (NST)	Semestr: 5 (ST, NST)	Liczba godzin w planie studiów: studia stacjonarne: 30h studia niestacjonarne: 24h	Nakład pracy: Liczba punktów ECTS: 2 Liczba godzin pracy: 50

Miejsce przedmiotu w programie studiów

Przedmiot „Techniki edytorskie 3” kończy cykl związany z projektowaniem publikacji wielostronicowych i należy do grupy przedmiotów poświęconych najbardziej typowym realizacjom w zawodzie projektanta grafiki użytkowej. Przedmiot wykorzystuje umiejętności warsztatowe i narzędziowe zdobyte w poprzednich dwóch semestrach na przedmiotach „Techniki edytorskie 1” i „Techniki edytorskie 2” oraz na przedmiotach z pierwszego roku studiów – „Typografia”, „Wstęp do projektowania grafiki edytorskiej”, „Projektowanie grafiki wektorowej” oraz na cyklach „Komunikacja wizualna” i „Projektowanie grafiki rastrowej”. Przedmiot jest komplementarny dla cykli „Grafika informacyjna”, „Projektowanie opakowań” i „Projektowanie przekazu reklamowego” oraz dla przedmiotu „Systemy identyfikacji wizualnej”. Zdobyte kompetencje będą wykorzystane na przedmiotach „Projektowanie graficzne – warsztaty projektowe” 1 i 2 oraz podczas pracy nad dyplomem (w zależności od wyboru tematu przez osobę studiującą).

Efekty uczenia się

Kod kierunkowego efektu uczenia się	Przedmiotowe efekty uczenia się	Weryfikacja efektów uczenia się
GRM1_W04	Student(ka) w zaawansowanym stopniu zna zasady postępowania się typografią, siatką, harmonią i hierarchią przy tworzeniu publikacji, w tym publikacji do druku oraz publikacji cyfrowych, a także rozumie, jak zastosować te zasady w kreacji projektów dla branż reklamowej i medialnej.	Metoda 1 Metoda 3
GRM1_W06	Student(ka) zna i rozumie etyczny charakter decyzji podejmowanych podczas tworzenia publikacji oraz rozpoznaje skalę społecznego i przyrodniczego oddziaływania własnych projektów publikacji i grafiki edytorskiej.	Metoda 1 Metoda 3

GRM1_W11	Student(ka) w zaawansowanym stopniu zna i rozumie współczesne technologie drukarskie i uszlachetniania druku oraz ich wpływ na przebieg procesu projektowania oraz powielania publikacji i grafiki edytorskiej i interakcję z odbiorcą.	Metoda 1 Metoda 3
GRM1_U03	Student(ka) potrafi ocenić jakość informacji przekazanych przez zleceniodawcę i podwykonawcę projektu w celu sformułowania poprawnych założeń dla realizacji projektu publikacji i grafiki edytorskiej	Metoda 1 Metoda 3
GRM1_U06	Student(ka) potrafi posługiwać się własną ekspresją artystyczną w celu tworzenia oryginalnych publikacji, w tym publikacji do druku oraz publikacji cyfrowych	Metoda 1 Metoda 3
GRM1_U07	Student(ka) umie skorzystać z właściwych narzędzi analogowych oraz programów graficznych w celu wykonania projektu rozbudowanego o elementy uszlachetniania publikacji do druku, publikacji cyfrowej oraz grafiki edytorskiej	Metoda 1 Metoda 3
GRM1_U08	Student(ka) potrafi za pomocą wyobraźni, intuicji i emocjonalności stworzyć serię różnorodnych oryginalnych projektów zgodnych z tym samym wyznaczonym problemem projektowym z zakresu publikacji do druku, publikacji cyfrowych oraz grafiki edytorskiej	Metoda 1 Metoda 3
GRM1_U10	Student(ka) potrafi efektywnie komunikować się z wykorzystaniem terminologii z zakresu grafiki projektowej, mediów cyfrowych i drukarstwa	Metoda 2 Metoda 3
GRM1_U13	Student(ka) potrafi zaprezentować swoje projekty publikacji w sposób zrozumiały dla zleceniodawcy i podwykonawcy oraz z zachowaniem zasad obowiązujących w branżach wydawniczej i reklamowej.	Metoda 2 Metoda 3
GRM1_K01	Student(ka) jest gotów(-owa) do świadomej oraz krytycznej oceny informacji przekazanych przez zleceniodawcę i podwykonawcę projektu i na tej podstawie jest gotów(owa) dokonać świadomych wyborów projektowych w procesie tworzenia publikacji.	Metoda 1 Metoda 3
GRM1_K02	Student(ka) jest gotów(-owa) do umiejętnego korzystania z własnej wiedzy i doświadczenia oraz konstruktywnej współpracy ze zleceniodawcą oraz specjalistami z branż, jakie reprezentuje zleceniodawca.	Metoda 1 Metoda 3
GRM1_K04	Student(ka) jest gotów(-owa) do tworzenia projektów publikacji i grafiki edytorskiej dla środowiska społecznego, w którym funkcjonuje, oraz do przyjęcia odpowiedzialności za oddziaływanie swoich projektów na to środowisko.	Metoda 1 Metoda 3

Opis i treści programowe

warsztaty

Opis:

Przedmiot *Grafika Edytorska 3* oferuje studentom możliwość poszerzenia wiedzy i umiejętności w zakresie zaawansowanego projektowania edytorskiego. Kurs koncentruje się na komponowaniu tekstu i obrazu, projektowaniu publikacji cyfrowych oraz drukowanych, z naciskiem na praktyczne zastosowanie technik projektowych. Studenci będą pracować nad bardziej złożonymi projektami, ucząc się efektywnego zarządzania wielostronicowymi publikacjami oraz dostosowywania ich do różnych mediów, w tym druk i publikacje cyfrowe.

Treści:

- Zgłębianie zaawansowanych zasad projektowania edytorskiego, w szczególności typografii i kompozycji treści.
- Praktyczne przygotowanie publikacji do druku oraz cyfrowej dystrybucji. Rozwój umiejętności zarządzania złożonymi projektami wielostronicowymi.
- Utrwalenie umiejętności pracy z tekstem i obrazem na zaawansowanym poziomie.
- Wykorzystanie zaawansowanych funkcji Adobe InDesign i innych narzędzi projektowych.

Zaawansowana typografia i układ treści:

- Typografia jako kluczowy element projektowania: hierarchia, dobór krojów, spacing.
- Projektowanie dla czytelności i estetyki: praca z wieloma stylami tekstu, spójność wizualna.

Kompozycja i integracja tekstu z obrazem:

- Efektywne łączenie treści tekstowych z wizualnymi: tworzenie harmonijnych układów.
- Praca z ilustracjami, grafikami i fotografią: techniki nakładania obrazów i tekstu.
- Zaawansowane techniki kompozycji siatkowej: siatki modularne, siatki asymetryczne.

Tworzenie publikacji drukowanych:

- Techniczne aspekty przygotowania do druku: spady, profile kolorów (CMYK, Pantone), proofing.
- Dobór materiałów: papier, techniki uszlachetniania (lakierowanie, tłoczenie).
- Praca z drukarnią: przygotowanie plików produkcyjnych, kontrola jakości wydruku.

Warsztaty projektowe, przykładowe zadania:

- Projekt katalogu produktowego o tematyce technicznej (zdjęcia, schematy, wykresy, tabele)
- Projekt czasopisma dla domu kultury (modułowa makieta uwzględniająca zmienne potrzeby w zakresie objętości materiału i proporcji treści z poszczególnych działów)
- Projekt Kodeksu Pracy

Metody dydaktyczne

Metody dydaktyczne wspierające osiągnięcie efektów uczenia się oraz działające na rzecz równości i równego zaangażowania wszystkich uczestników.

- Podawcze: miniwykład, prezentacje
- Angażujące: ćwiczenia indywidualne i w grupach
- Inkluzywne: konsultacje, przygotowanie pytań do wykładowcy

Literatura obowiązkowa:

1. Bringhurst, R. (2009). *Elementarz stylu w typografii*. Kraków: d2d.
2. Mitchell, M., & Wightman, S. (2012). *Typografia książki. Podręcznik projektanta*. Kraków: d2d.

Literatura uzupełniająca:

1. Houston, K. (2015). *Ciemne typki. Sekretne życie znaków typograficznych*. Kraków: d2d.pl.
2. Houston, K. (2017). *Książka. Najpotężniejszy przedmiot naszych czasów zbadany od deski do deski*. Kraków: Karakter.

Weryfikacja efektów uczenia się

	Forma weryfikacji	Warunek zaliczenia
Metoda 1	projekty indywidualne - zestaw wymaganych zadań z zakresu publikacji i grafiki edytorskiej	– minimalna liczba punktów konieczna do zaliczenia: 30 – maksymalna liczba punktów do zdobycia: 60
Metoda 2	przegląd projektów - prezentacja wymaganych zadań w formie portfolio i prezentacja portfolio	– minimalna liczba punktów konieczna do zaliczenia: 10 – maksymalna liczba punktów do zdobycia: 20
Metoda 3	konsultacje - aktywne konsultowanie wymaganych zadań	– minimalna liczba punktów konieczna do zaliczenia: 11 – maksymalna liczba punktów do zdobycia: 20

Ocena końcowa

Warunkiem uzyskania oceny pozytywnej z przedmiotu jest zdobycie minimalnej liczby punktów określonej dla każdego zadania. Obecność na zajęciach jest obowiązkowa. Ocena z przedmiotu wystawiana jest na podstawie sumy punktów zgodnie z poniższą skalą i progami:

91 – 100 punktów oznacza 5 (bardzo dobry)

81 – 90 punktów oznacza 4+ (dobry plus)

71 – 80 punktów oznacza 4 (dobry)

61 – 70 punktów oznacza 3+ (dostateczny plus)

51 – 60 punktów oznacza 3 (dostateczny)

poniżej 51 punktów oznacza 2 (niedostateczny), przedmiot musi być powtórzony.

KARTA PRZEDMIOTU

Nazwa przedmiotu: Projektowanie graficzne - warsztaty projektowe 1		Formy: warsztaty	Obligatoryjność: specjalnościowy
Kierunek studiów: Grafika reklamowa i multimedia specjalność: Projektowanie graficzne		Poziom studiów: studia pierwszego stopnia	Język wykładowy: polski
Forma studiów: studia stacjonarne (ST) studia niestacjonarne (NST)	Semestr: 5 (ST, NST)	Liczba godzin w planie studiów: studia stacjonarne: 30h studia niestacjonarne: 24h	Nakład pracy: Liczba punktów ECTS: 2 Liczba godzin pracy: 50

Miejsce przedmiotu w programie studiów

Cykl warsztatów projektowych na specjalności Projektowanie graficzne jest umiejscowiony w końcu toku studiów, ponieważ stanowi trening przed rozpoczęciem pracy zawodowej. Osoby studiujące realizują projekty o charakterze wdrożeniowym dla zewnętrznych interesariuszy korzystając z kompetencji zdobytych na przedmiotach kierunkowych i specjalnościowych. „Projektowanie graficzne – warsztaty projektowe 1” jest ukierunkowane na realizację plakatów i ilustracji, ale realizowane dla realnych klientów zadania mają charakter kompleksowy. Przedmiot jest komplementarny dla Praktyk zawodowych oraz cyklu „Seminarium dyplomowego”, a jego kontynuacją jest przedmiot „Projektowanie graficzne – warsztaty projektowe 2”.

Efekty uczenia się

Kod kierunkowego efektu uczenia się	Przedmiotowe efekty uczenia się	Weryfikacja efektów uczenia się
GRM1_U02	Student(ka) potrafi przeanalizować i ocenić poprawność dostarczonych przez zleceniodawcę materiałów oraz przygotować harmonogram działań niezbędnych do zrealizowania projektu z obszaru grafiki użytkowej dla organizacji non-profit lub instytucji publicznej	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_U04	Student(ka) potrafi komunikować się ze zleceniodawcą projektu z zakresu grafiki użytkowej, a także porozumiewać się za pomocą języka branżowego ze współpracownikami w ramach realizacji projektu grupowego.	Metoda 1
GRM1_U08	Student(ka) potrafi przygotować serię różnorodnych projektów z zakresu grafiki użytkowej dostosowanych do potrzeb użytkownika oraz wymogów zleceniodawcy i podwykonawcy	Metoda 1

GRM1_U13	Potrafi przygotować prezentację na temat realizowanego zadania z zakresu projektowania graficznego oraz przedstawić ją zleceniodawcy w sposób komunikatywny, zarówno online jak i w trakcie stacjonarnego spotkania.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_K03	Student(ka) jest gotów(-owa) do świadomego korzystania z własnej wyobraźni i intuicji, emocjonalności i zdolności do twórczego myślenia w trakcie realizacji i prezentowania projektów z zakresu grafiki użytkowej zgodnych z oczekiwaniami odbiorcy, zleceniodawcy i podwykonawcy	Metoda 1 Metoda 2

Opis i treści programowe
warsztaty
<p>Opis:</p> <p>Student(ka) krok po kroku tworzy projekt plakatu oraz grafik reklamowych, począwszy od zanotowania idei, kończąc na archiwizacji wdrożonego projektu. Poszczególne etapy zadania mają na celu ugruntowanie praktycznego postępowania wobec każdego problemu projektowego, bazując na dotychczas zdobytej wiedzy i doświadczeniu oraz stosowania sposobów wyjścia poza schematyczne działania. Znaczna część warsztatów poświęcona jest konieczności poszukiwania wielu różnych rozwiązań graficznych o indywidualnym charakterze, które pokazują, że można odmiennie traktować to samo zadanie projektowe.</p> <p>Student(ka) indywidualnie oraz grupowo bazując na dotychczas zdobytej wiedzy i umiejętnościach tworzy w kompletnym procesie projektowym zestawy elementów graficznych potrzebne wybranemu zleceniodawcy (firmie, organizacji, instytucji). Mogą to być elementy wizerunkowe (branding), reklamowe (plakaty, serie ulotek, broszury itp.) lub informacyjne (infografiki, ilustracje itp.). Poszczególne etapy zadania mają na celu rozwinięcie i ugruntowanie metodyki pracy projektowej "od briefu do wdrożenia", co stanowi podstawę skutecznej realizacji projektu dyplomowego. Znaczna część warsztatów poświęcona jest konieczności poszukiwania różnorodnych rozwiązań graficznych tego samego problemu i tym samym pogłębieniu u studentów rozumienia, jak odmiennie można potraktować to samo zadanie projektowe w ramach tych samych warunków zastanych.</p>
<p>Treści:</p> <p>1. Ilustracja</p> <ul style="list-style-type: none"> – Omówienie rodzajów ilustracji: edytorska, książkowa, prasowa, reklamowa, koncepcyjna, naukowa, techniczna, modowa, infograficzna, komiks, satyra, w tym szkicowanie (umiejętność syntezy, lapidarnego szkicowania i notowania dużej ilości różnorodnych pomysłów) – Omówienie technik tworzenia ilustracji <ul style="list-style-type: none"> ○ analogowe (tusz, ołówki, akwarela itd) ○ drukarskie (np. linoryt, drzeworyt, miedzioryt) ○ fotografia jako ilustracja (analogowa bądź cyfrowa) ○ cyfrowe (wektorowa a rastrowa, 3d) ○ kolaż (analogowych i cyfrowych)

2. Plakat i afisz

- analiza różnic między plakatem a afiszem
- rola afiszu i plakatu wczoraj a dziś, rola eksperymentu (poszukiwanie nowych form ekspresji, indywidualnych narzędzi, nietypowych pomysłów) w sztuce plakatu
- analiza hierarchii informacji na afiszu/plakacie oraz czytelności treści i zrozumienia przekazu;
- analiza roli symboliki, metafory, ironii i humoru w sztuce plakatu

3. Projektowanie dla odbiorcy (elementy wizerunkowe, reklamowe, informacyjne)

- zrozumienie potrzeb i ograniczeń oraz wyznaczenie celów - przygotowanie założeń do wskazanej realizacji projektowej
- projekt krok po kroku (etapy procesu projektowego)
- przedstawienie zestawu rozwiązań
- prototypowanie (testy użyteczności na grupie docelowej) na wydrukowanych makietach
- prezentacja rozwiązań (droga projektowa i efekty pracy)

Metody dydaktyczne

Metody dydaktyczne wspierające osiągnięcie efektów uczenia się oraz działające na rzecz równości i równego zaangażowania wszystkich uczestników.

- Podawcze: prezentacje wprowadzające do omawianych tematów i realizowanych ćwiczeń
- Angażujące: uczenie przez doświadczenie, dyskusje, burza mózgów, prezentacje studenckie
- Inkluzywne: konsultacje indywidualne

Literatura obowiązkowa:

1. Bierut, M. (2018). *Raz mnie widzisz, raz nie widzisz*, Karakter
2. Mogilnicki P. (2022). *Nówka Sztuka. Młoda polska ilustracja*, Karakter
3. Mogilnicki P. (2017). *Nie ma się co obrażać. Nowa polska ilustracja*, Karakter

Literatura uzupełniająca:

1. Folga-Januszewska, D. (2021). *Oto sztuka polskiego plakatu*, Bosz
2. Anna Boguszewska B., Stiasny E. (2020). *Admirałowie wyobraźni*, Dwie Siostry

Weryfikacja efektów uczenia się

	Forma weryfikacji	Warunek zaliczenia
Metoda 1	Projekt oparty na realizacji plakatu z wykorzystaniem ilustracji	<ul style="list-style-type: none">– minimalna liczba punktów konieczna do zaliczenia: 41– maksymalna liczba punktów do zdobycia: 80
Metoda 2	Aktywność na zajęciach	<ul style="list-style-type: none">– minimalna liczba punktów konieczna do zaliczenia: 10– maksymalna liczba punktów do zdobycia: 20

Ocena końcowa

Warunkiem uzyskania oceny pozytywnej z przedmiotu jest zdobycie minimalnej liczby punktów określonej dla każdego zadania. Obecność na zajęciach jest obowiązkowa. Ocena z przedmiotu wystawiana jest na podstawie sumy punktów zgodnie z poniższą skalą i progami:

91 – 100 punktów oznacza 5 (bardzo dobry)

81 – 90 punktów oznacza 4+ (dobry plus)

71 – 80 punktów oznacza 4 (dobry)

61 – 70 punktów oznacza 3+ (dostateczny plus)

51 – 60 punktów oznacza 3 (dostateczny)

poniżej 51 punktów oznacza 2 (niedostateczny), przedmiot musi być powtórzony.

specjalność: Projektowanie doświadczeń użytkownika (UX)

KARTA PRZEDMIOTU			
Nazwa przedmiotu: Projektowanie interfejsów użytkownika 3		Formy: warsztaty	Obligatoryjność: specjalnościowy
Kierunek studiów: Grafika reklamowa i multimedia specjalność: Projektowanie doświadczeń użytkownika (UX)		Poziom studiów: studia pierwszego stopnia	Język wykładowy: polski
Forma studiów: studia stacjonarne (ST) studia niestacjonarne (NST)	Semestr: 5 (ST, NST)	Liczba godzin w planie studiów: studia stacjonarne: 48h studia niestacjonarne: 39h	Nakład pracy: Liczba punktów ECTS: 3 Liczba godzin pracy: 75

Składowe przedmiotu

1. Projektowanie interfejsów graficznych 1 (warsztaty) - forma stacjonarna - 30h; forma niestacjonarna - 24h
2. Internetowe języki programowania (warsztaty) - forma stacjonarna - 18h; forma niestacjonarna - 15h

Miejsce przedmiotu w programie studiów

Przedmiot skonstruowany jest na podstawie dwóch składowych, które łącznie oferują zaawansowane szkolenie w zakresie projektowania graficznego interfejsów oraz programowania internetowego. Tak skonstruowany przedmiot pozwala studentom na zdobycie umiejętności niezbędnych do tworzenia nowoczesnych, responsywnych i dynamicznych interfejsów użytkownika, co będzie istotne podczas pracy nad dyplomem oraz w pracy zawodowej. Przedmiot poprzedzają dwa semestry „Projektowania interfejsów”, gdzie wykorzystywane i pogłębiane są kompetencje uzyskane na cyklu „Komunikacja wizualna” oraz na przedmiotach „Typografia” i „Architektura informacji i narzędzia w procesie projektowym”.

Efekty uczenia się		
Kod kierunkowego efektu uczenia się	Przedmiotowe efekty uczenia się	Weryfikacja efektów uczenia się
GRM1_W01	Student(ka) zna w zaawansowanym stopniu zasady tworzenia responsywnych interfejsów użytkownika i sposoby ich oddziaływania na doświadczenia odbiorcy.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_W11	Student(ka) w zaawansowanym stopniu zna i rozumie współczesne trendy technologiczne w tworzeniu grafiki interaktywnej, w tym specyfikę projektowania interfejsów użytkownika na potrzeby różnych typów urządzeń.	Metoda 1 Metoda 2 Metoda 3
GRM1_U03	Student(ka) potrafi ocenić dobór narzędzi badawczych i analitycznych stosowanych na różnych etapach projektowania responsywnego interfejsu.	Metoda 1 Metoda 2 Metoda 3
GRM1_U05	Student(ka) potrafi stworzyć interfejs responsywny odpowiadający na określony problem projektowy, a także uwzględnić w procesie projektowania wiedzę na temat potrzeb użytkownika planowanego interfejsu.	Metoda 1 Metoda 2 Metoda 3
GRM1_U07	Student(ka) potrafi dobrać odpowiednie cyfrowe techniki i technologie, do realizacji projektów z zakresu grafiki projektowania interfejsów użytkownika tak, by ich funkcje były możliwe do zaprogramowania.	Metoda 1 Metoda 2 Metoda 3
GRM1_U08	Student(ka) potrafi wykorzystać wyobraźnię i intuicję do proponowania różnorodnych i nawiązujących do odmiennych stylizyk responsywnych interfejsów użytkownika na potrzeby rozwiązywania danego problemu projektowego.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_U10	Student(ka) potrafi efektywnie komunikować się z wykorzystaniem terminologii z zakresu programowania z innymi członkami zespołu projektującego interfejs, szczególnie z programistami.	Metoda 3
GRM1_K01	Student(ka) jest gotów(-owa) do świadomej oraz krytycznej oceny pozyskanych informacji i na tej podstawie dokonuje świadomych wyborów projektowych w procesie tworzenia projektu responsywnego interfejsu użytkownika i realizacji prototypów graficznych interfejsu aplikacji mobilnej.	Metoda 1 Metoda 2 Metoda 3
GRM1_K02	Student(ka) jest gotów(-owa) do umiejętnego korzystania z własnej wiedzy z zakresu programowania i doświadczenia projektowego oraz konstruktywnej współpracy z programistami podczas tworzenia interfejsów użytkownika.	Metoda 3
GRM1_K07	Student(ka) jest gotów(-owa) do tworzenia zrozumiałych, przystępnych w formie i responsywnych interfejsów użytkownika.	Metoda 1 Metoda 2 Metoda 3

Opis i treści programowe

warsztaty - Projektowanie interfejsów graficznych 1

Opis:

Składowa „Projektowanie interfejsów graficznych 1” koncentruje się na zaawansowanych technikach projektowania graficznego z naciskiem na adaptacyjność i responsywność interfejsów.

Osoby studiujące będą pogłębiać wiedzę z zakresu tworzenia spójnych systemów designu, integracji i mikrointerakcji.

W ramach tych warsztatów osoby studiujące projektują interfejs użytkownika w oparciu o opracowany design system. Jest to okazja do zastosowania opracowanych wzorców projektowych, zasad oraz komponentów w praktyce.

Treści:

Zarządzanie projektem interfejsu użytkownika:

- stworzenie projektu interfejsu użytkownika na zadany temat z wykorzystaniem wcześniej stworzonych wzorców projektowych, zasad i komponentów opracowanych w ramach zbudowanego w poprzednim semestrze *design systemu*.
- wprowadzanie globalnych zmian w projekcie dzięki zastosowaniu design systemu,
- pogłębienie tematyki projektowania responsywnych graficznych interfejsów użytkownika oraz ich projektowania za pomocą w programie Figma,
- prezentacja projektu z naciskiem na techniczną poprawność stworzonych elementów i zależności między nimi.

Obsługa oprogramowania Figma:

- wykorzystanie oprogramowania Figma w projektowaniu i wykorzystaniu design systemów,
- wykorzystanie zmiennych (ang. *variables*) w projektowaniu zaawansowanych interaktywnych prototypów UI,
- projektowanie elementów logiki UI przy wykorzystaniu instrukcji warunkowych.

Responsywność i projektowanie na różne urządzenia:

- zasady tworzenia responsywnych interfejsów, które działają na różnych platformach (mobilne, tablet, desktop),
- wstęp do projektowania mobilnego: jak ograniczenia sprzętowe wpływają na decyzje projektowe.

Przykłady zadań projektowych:

- **Projektowanie interfejsu aplikacji zdrowotnej z uwzględnieniem dostępności**

Zadanie: Projekt, prototyp graficzny interfejsu aplikacji mobilnej pomagającej użytkownikom monitorować ich codzienną aktywność fizyczną i dietę. Należy zastosować zasady dostępności, takie jak odpowiedni kontrast kolorów, czytelna typografia oraz nawigacja przy użyciu klawiatury.

Metody dydaktyczne

Metody dydaktyczne wspierające osiągnięcie efektów uczenia się oraz działające na rzecz równości i równego zaangażowania wszystkich uczestników.

- Podawcze: prezentacja multimedialna, studium przypadków
- Angażujące: zadania praktyczne, projekt zespołowy, konsultacje zespołowe, dyskusja, wspólne

rozwiązywanie problemu

- Inkluzywne: konsultacje indywidualne

Literatura obowiązkowa:

1. Badura C. (2022). *UXUI. Design Zoptymalizowany. Manual Book*, Helion.
2. Anne J., M. Suarez, K. Saylor-Miller, D. Mounter, R. Stanfield. (b.d.) *Design Systems Handbook* (DesignBetter.co); Dostęp online: [Introducing design systems](#)

Literatura uzupełniająca:

1. Sikorski M. (2010). *Interakcja Człowiek-komputer* Wydawnictwo PJWSTK.
2. Krug S. (2014). *Nie każ mi myśleć! O życiowym podejściu do funkcjonalności stron internetowych*, Helion
3. Moggridge B. (2007). *Designing Interactions*. MIT Press.

warsztaty - Internetowe języki programowania

Opis:

Warsztaty „Internetowe języki programowania” wprowadzają studentów w podstawy programowania. Mają na celu zyskanie wiedzy, kompetencji i umiejętności z zakresu podstaw programowania i ułatwienie komunikacji z programistami podczas realizacji złożonych projektów. Studenci są wdrażani w język branżowy dotyczący programowania aplikacji i stron WWW. Poznają także podstawowe narzędzia programistyczne, co pozwala na lepsze zrozumienie i wycenę projektowanych funkcjonalności.

Treści

- Podstawy technologii takich jak HTML, CSS i JavaScript, które stanowią fundamenty tworzenia stron internetowych i aplikacji.
- Słownictwo branżowe związane z programowaniem
- Zajęcia praktyczne z wykorzystaniem nowoczesnych frameworków, takich jak React i Angular, służących do tworzenia interaktywnych i dynamicznych interfejsów.

Metody dydaktyczne

Metody dydaktyczne wspierające osiągnięcie efektów uczenia się oraz działające na rzecz równości i równego zaangażowania wszystkich uczestników.

- Podawcze: prezentacja, studium przypadku
- Angażujące: zadania praktyczne, projekt zespołowy, konsultacje zespołowe, dyskusja, wspólne rozwiązywanie problemu
- Inkluzywne: konsultacje indywidualne dotyczące przygotowywanego zadania praktycznego

Literatura obowiązkowa:

1. Duckett J. (2018). *HTML i CSS. Zaprojektuj i zbuduj witrynę WWW. Podręcznik Front-End Developera*. Helion.
2. Duckett J. (2018). *JavaScript i jQuery. Interaktywne strony WWW dla każdego. Podręcznik Front-End Developera*. Helion.

Literatura uzupełniająca:

1. Freeman E. (2015). *HTML5*. Helion.

Weryfikacja efektów uczenia się		
	Forma weryfikacji	Warunek zaliczenia
Metoda 1	Indywidualna praca projektowa: prototyp graficzny interfejsu aplikacji mobilnej	<ul style="list-style-type: none"> – minimalna liczba punktów konieczna do zaliczenia: 26 – maksymalna liczba punktów do zdobycia: 50
Metoda 2	Przegląd prac studenckich w obecności studenta	<ul style="list-style-type: none"> – minimalna liczba punktów konieczna do zaliczenia: 15 – maksymalna liczba punktów do zdobycia: 30
Metoda 3	Zadanie praktyczne z programowania	<ul style="list-style-type: none"> – minimalna liczba punktów konieczna do zaliczenia: 10 – maksymalna liczba punktów do zdobycia: 20

Ocena końcowa
<p>Warunkiem uzyskania oceny pozytywnej z przedmiotu jest zdobycie minimalnej liczby punktów określonej dla każdego zadania. Obecność na zajęciach jest obowiązkowa. Ocena z przedmiotu wystawiana jest na podstawie sumy punktów zgodnie z poniższą skalą i progami:</p> <p>91 – 100 punktów oznacza 5 (bardzo dobry) 81 – 90 punktów oznacza 4+ (dobry plus) 71 – 80 punktów oznacza 4 (dobry) 61 – 70 punktów oznacza 3+ (dostateczny plus) 51 – 60 punktów oznacza 3 (dostateczny) poniżej 51 punktów oznacza 2 (niedostateczny), przedmiot musi być powtórzony.</p>

KARTA PRZEDMIOTU

Nazwa przedmiotu: Modelowanie i architektura produktu 2		Formy: warsztaty	Obligatoryjność: specjalnościowy
Kierunek studiów: Grafika reklamowa i multimedia specjalność: Projektowanie doświadczeń użytkownika (UX)		Poziom studiów: studia pierwszego stopnia	Język wykładowy: polski
Forma studiów: studia stacjonarne (ST) studia niestacjonarne (NST)	Semestr: 5 (ST, NST)	Liczba godzin w planie studiów: studia stacjonarne: 24h studia niestacjonarne: 18h	Nakład pracy: Liczba punktów ECTS: 2 Liczba godzin pracy: 50

Miejsce przedmiotu w programie studiów

„Modelowanie i architektura produktu 2” rozwija treści poprzedzającego go przedmiotu „Modelowanie i architektura produktu 1” o projektowanie wzorców nawigacyjnych usprawniające relację człowiek–komputer (CHI). W zakresie inkluzywności projektowanych rozwiązań korzysta z kompetencji nabytych przez osoby studiujące na przedmiocie „Projektowania uniwersalne 1” i uzupełnia treści drugiej części tego cyklu – „Projektowania uniwersalnego 2”. W zakresie pracy z AI wykorzystuje warsztaty „Kompetencje społeczne i akademickie”, a wiedza nabyta na wykładach „Podstawy krytycznego myślenia” pomaga w kształceniu analitycznego i systemowego myślenia o modelowaniu i architekturze projektowanych produktów. Kompetencje uzyskane na tym przedmiocie będą kluczowe podczas praktyk zawodowych, warsztatów projektowych oraz pracy nad dyplomem.

Efekty uczenia się

Kod kierunkowego efektu uczenia się	Przedmiotowe efekty uczenia się	Weryfikacja efektów uczenia się
GRM1_W11	Student(ka) w zaawansowanym stopniu zna i rozumie zaawansowane narzędzia i techniki kształtowania architektury informacji produktów cyfrowych.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_U01	Student(ka) potrafi wykorzystywać posiadaną wiedzę z zakresu architektury informacji i modelowania produktu do zaplanowania i poprowadzenia procesu projektowego w zakresie grafiki interaktywnej.	Metoda 1 Metoda 2

GRM1_U02	Student(ka) potrafi dokonać selekcji, analizy i krytycznej oceny informacji w toku pracy nad architekturą informacji na potrzeby realizacji zadań z grafiki interaktywnej.	Metoda 2
GRM1_U03	Student(ka) potrafi oceniać przydatność wybranych narzędzi analitycznych i badawczych do formułowania struktury architektury informacji.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_U05	Student(-tka) potrafi odnajdywać i definiować problemy projektowe dotyczące architektury informacji i w oparciu o wiedzę na temat potrzeb użytkowników realizować projekty o potencjale wdrożeniowym.	Metoda 2
GRM1_U07	Student(ka) potrafi dobrać odpowiednie narzędzia warsztatowe w tym cyfrowe techniki i technologie, do realizacji projektowania architektury informacji produktu cyfrowego.	Metoda 2
GRM1_U14	Student(ka) potrafi indywidualnie oraz w zespole interdyscyplinarnym planować i organizować proces projektowy z zakresu architektury informacji.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_K01	Student(-tka) jest gotów(-owa) do świadomej oraz krytycznej oceny pozyskanych informacji i na tej podstawie dokonuje świadomych wyborów projektowych w procesie projektowania architektury informacji.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_K02	Student(-tka) jest gotów(-owa) do umiejętnego korzystania z własnej wiedzy i doświadczenia oraz konstruktywnej współpracy ze specjalistami z różnych dyscyplin w celu dookreślenia hierarchii i syntezy informacji w procesie projektowym architektury informacji.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_K11	Student(-ka) jest gotów(-owa) do samodzielnej realizacji niezależnych projektów z zakresu modelowania projektowania architektury informacji w oparciu o poprawnie przeprowadzony proces projektowy.	Metoda 1 Metoda 2

warsztaty

Opis:

Zajęcia w ramach przedmiotu „Modelowanie i architektura produktu 2” mają na celu rozwinięcie umiejętności myślenia analitycznego oraz systemowego. Osoby studiujące zdobędą praktyczne umiejętności z obszaru projektowania systemów organizacji treści, etykietowania, nawigacji i wyszukiwania, a także integracji rozwiązań algorytmicznych, które pozwalają personalizować i usprawniać interakcje użytkownika z rozwiązaniami cyfrowymi. Istotnym aspektem kursu jest zbudowanie świadomości relacji pomiędzy prawidłowo ukształtowaną architekturą informacji a dostępnością rozwiązania (projektowanie uniwersalne i dostępne). Kurs obejmie zarówno aspekty teoretyczne (architektura informacji, przykłady i narzędzia) – jak i praktyczne (analiza modeli AI istniejących rozwiązań oraz projekt własny).

Przez analizę struktury treści – zarówno istniejących, jak też projektowanych przez siebie rozwiązań – osoby studiujące poznają narzędzia takie jak: schemat architektury informacji, screenflow, diagramy przepływu, sortowanie kart i inne. Praca na zajęciach będzie się odbywała zarówno indywidualnie,

jak w grupie – co pomoże w rozwinięciu umiejętności własnych, a następnie sprawdzeniu ich w sytuacji bliskiej współpracy zespołowej. Kurs pomoże w budowaniu świadomości, że najlepsze rozwiązania cyfrowe są nie tylko estetyczne i funkcjonalne, ale również dostępne i inkluzywne, co zwiększa ich użyteczność oraz wartość dla szerokiego spektrum użytkowników.

Treści:

Architektura informacji

- Co to jest architektura informacji jakie problemy rozwiązuje?
- Terminologia, elementy oraz problematyka projektowania architektury informacji
- Wyzwania związane z organizowaniem informacji – różne typy wizualizacji i schematów
- Rola architektury informacji w projektowaniu systemów – myślenie systemowe
- Architektura informacji w dobie AI – pytania i wyzwania
- Narzędzia projektowania oraz testowania architektury informacji (w kontekście rozwiązań cyfrowych)
- Architektura informacji w praktyce: różne zadania projektowe i analityczne, pozwalające weryfikować na bieżąco wiedzę zdobywaną podczas zajęć
- Tryby szukania treści.
- Zasady projektowania architektury informacji
- Rodzaje nawigacji (lokalna, globalna, kontekstowa i liniowa)
- Rodzaje menu i ich zastosowania oraz ograniczenia (m.in. top menu, dropdown, megamenu, hamburger menu, fat footer, tap bar)
- Heurystyki i zasady wspierające projektowanie nawigacji (zasada wyborów, prawo Hicka, liczba Millera, reguła satysfakcji, efekt pozycji szeregowej)
- Wzorce lektury treści według Nielsen Norman Group
- Sposoby organizacji treści i zasada wieloaspektowej klasyfikacji
- Kluczowe zasady projektowania architektury informacji w skali mikro (dla pojedynczego ekranu)
- Analiza sposobów nawigacji w wybranych aplikacjach i serwisach internetowych.
- Zastosowanie badań architektury informacji i nawigacji (card-sorting, tree-testing) w praktyce
- Projektowanie menu na podstawie przykładowego diagramu hierarchii
- Projektowanie wyszukiwarki oraz strony wyników wyszukiwania
- Analiza sposobu prezentacji treści i jej optymalizacja
- Wykorzystanie card-sortingu do opracowania diagramu hierarchii rozwiązania
- Projektowanie nawigacji globalnej dla rozwiązania
- Testy architektury informacji z wykorzystaniem tree-testingu
- Prototypowanie (low-fi) kluczowych ekranów dla wcześniej wybranych ścieżek

Metody dydaktyczne

Metody dydaktyczne wspierające osiągnięcie efektów uczenia się oraz działające na rzecz równości i równego zaangażowania wszystkich uczestników.

- Podawcze: miniwykłady, prezentacja
- Angażujące: projekty praktyczne, dyskusje
- Inkluzywne: indywidualne konsultacje i korekty

Literatura obowiązkowa:

1. L. Rosenfeld, P. Morville, J. Arango (2017), *Architektura informacji w serwisach internetowych i nie tylko*, Helion, Gliwice

2. Mościchowska I., Rogoś-Turek B, (2015), *Badania jako podstawa projektowania User Experience*, , Warszawa: Wydawnictwo PWN

Literatura uzupełniająca:

1. *Teoria i praktyka*, Magdalena Cyrklaff-Gorczyca (redakcja), Weronika Kortas (redakcja), Piotr Rudera (redakcja) (2024) *Architektura informacji*. , Wydawnictwo Naukowe UMK,
2. [How to make sense of any mess](#), Abby Covert
3. Nielsen Norman Group – [artykuły zebrane](#)
3. Spencer, D.(2009) *Card Sorting*, Rosenfeld Media, 2009

Weryfikacja efektów uczenia się

	Forma weryfikacji	Warunek zaliczenia
Metoda 1	Prezentacja projektów przed grupą oraz wykładowcą, połączona z krytyczną oceną zastosowanych rozwiązań.	<ul style="list-style-type: none"> – minimalna liczba punktów konieczna do zaliczenia: 20 – maksymalna liczba punktów do zdobycia: 40
Metoda 2	Projekt indywidualny – zdefiniowanie problemu projektowego oraz opracowanie modelu rozwiązania z wykorzystaniem narzędzi do mapowania doświadczeń użytkownika i metod projektowania architektury informacji.	<ul style="list-style-type: none"> – minimalna liczba punktów konieczna do zaliczenia: 31 – maksymalna liczba punktów do zdobycia: 60

Ocena końcowa

Warunkiem uzyskania oceny pozytywnej z przedmiotu jest zdobycie minimalnej liczby punktów określonej dla każdego zadania. Obecność na zajęciach jest obowiązkowa. Ocena z przedmiotu wystawiana jest na podstawie sumy punktów zgodnie z poniższą skalą i progami:

91 – 100 punktów oznacza 5 (bardzo dobry)

81 – 90 punktów oznacza 4+ (dobry plus)

71 – 80 punktów oznacza 4 (dobry)

61 – 70 punktów oznacza 3+ (dostateczny plus)

51 – 60 punktów oznacza 3 (dostateczny)

poniżej 51 punktów oznacza 2 (niedostateczny), przedmiot musi być powtórzony.

KARTA PRZEDMIOTU

Nazwa przedmiotu: Proces projektowy 2		Formy: warsztaty	Obligatoryjność: specjalnościowy
Kierunek studiów: Grafika reklamowa i multimedia specjalność: Projektowanie doświadczeń użytkownika (UX)		Poziom studiów: studia pierwszego stopnia	Język wykładowy: polski
Forma studiów: studia stacjonarne (ST) studia niestacjonarne (NST)	Semestr: 5 (ST, NST)	Liczba godzin w planie studiów: studia stacjonarne: 18h studia niestacjonarne: 15h	Nakład pracy: Liczba punktów ECTS: 1 Liczba godzin pracy: 25

Miejsce przedmiotu w programie studiów

„Proces projektowy 2” jest kontynuacją przedmiotu „Proces projektowy 1” czyli pogłębia i rozwija treści związane z metodyką projektowania skierowanego na użytkownika z elementami projektowania partycypacyjnego i uniwersalnego. Przedmiot bazuje również na „Projektowaniu uniwersalnym 1” i jest komplementarny dla „Projektowania uniwersalnego 2”. Kompetencje z zakresu prowadzenia procesu projektowego będą wykorzystywane w toku wszystkich projektów realizowanych na innych przedmiotach studiów, w tym podczas praktyk zawodowych oraz pracy nad dyplomem.

Efekty uczenia się

Kod kierunkowego efektu uczenia się	Przedmiotowe efekty uczenia się	Weryfikacja efektów uczenia się
GRM1_W01	Student(ka) w zaawansowanym stopniu zna zasady prognozowania rozwiązań metodą Futures Cone i rozumie, jak różne scenariusze przyszłości wpływają na proces projektowy.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_W03	Student(ka) w zaawansowanym stopniu zna i rozumie zasady i przebieg procesów projektowych typowych dla projektowania UX w tym zaawansowanych metod planowania strategicznego i prognozowania scenariuszy przyszłości.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_W12	Student(ka) rozumie wpływ decyzji projektowych na przyszłe zmiany społeczne i środowiskowe oraz zna zasady odpowiedzialnego prognozowania w kontekście projektowym.	Metoda 1 Metoda 2

GRM1_U01	Student(ka) potrafi zastosować metodę Futures Cone do prognozowania różnych scenariuszy przyszłości i projektowania rozwiązań, które odpowiadają na potencjalne wyzwania.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_U02	Student(ka) potrafi dokonać selekcji, analizy i krytycznej oceny informacji na potrzeby realizacji procesów projektowych z zakresu projektowania doświadczeń użytkownika	Metoda 2
GRM1_U03	Student(ka) potrafi w procesie projektowym właściwie ocenić dobór narzędzi badawczych i analitycznych do planowania strategicznego i prognozowania scenariuszy przyszłości z zakresu projektowania doświadczeń użytkownika.	Metoda 2
GRM1_U05	Student(ka) potrafi w procesie projektowym generować rozwiązania o potencjale innowacyjnym przez formułowanie problemów projektowych w oparciu planowanie strategiczne i prognozowanie scenariuszy przyszłości z zakresu grafiki interaktywnej.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_U10	Student(ka) potrafi efektywnie komunikować się z wykorzystaniem terminologii z zakresu procesów projektowych	Metoda 2
GRM1_U14	Student(ka) potrafi do planować długoterminowe projekty dla zespołów interdyscyplinarnych, które odpowiadają na zmieniające się potrzeby i trendy przyszłości.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_K03	Student(ka) jest gotów(-owa) do celowego i świadomego korzystania z własnej wyobraźni, intuicji, emocjonalności i zdolności do twórczego myślenia i w trakcie pracy projektowej tworzyć zrównoważone i przyszłościowe rozwiązania projektowe, uwzględniając różnorodne scenariusze rozwoju technologii, społeczeństwa i rynku.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_K06	Student(ka) jest gotów(-owa) do myślenia i działania w sposób przedsiębiorczy w trakcie planowania i prowadzenia procesu projektowego dążąc do innowacyjnych koncepcji projektowych.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_K11	Student(ka) jest gotów(-owa) do samodzielnej realizacji niezależnych projektów z projektowania doświadczeń użytkownika w oparciu o poprawnie przeprowadzony proces projektowy uwzględniający sustainable digital design.	Metoda 1 Metoda 2

Opis i treści programowe

warsztaty

Opis:

“Proces projektowy 2” jest kontynuacją “Procesu projektowego 1” i stanowi zaawansowaną formę rozwijania umiejętności prognozowania rozwiązań projektowych. Warsztaty skoncentrowane są na metodzie Futures Cone, która umożliwi analizę możliwych przyszłości, rozważanie różnych scenariuszy oraz podejmowanie bardziej świadomych decyzji w projektowaniu. Studenci będą mogli przeanalizować obecne trendy i zjawiska, zrozumieć kluczowe czynniki wpływające na przyszłość, a następnie stosować tę wiedzę w celu identyfikacji innowacyjnych rozwiązań i wyzwań w projektowaniu UX oraz grafiki reklamowej.

Warsztaty mają na celu wprowadzenie studentów do zaawansowanych metod planowania strategicznego i prognozowania scenariuszy przyszłości. Studenci i studentki poznają narzędzie Futures Cone, które pozwala na analizę różnych możliwości rozwoju, zarówno prawdopodobnych, jak i najbardziej pożądaných, umożliwiając identyfikację innowacyjnych rozwiązań oraz potencjalnych wyzwań. Podczas warsztatów uczestnicy przeanalizują obecne trendy, aby zrozumieć, jakie czynniki kształtują przyszłość, a także stworzą scenariusze odpowiadające na potrzeby i wyzwania przyszłości w kontekście projektowania UX, grafiki reklamowej i interaktywnej. Kurs uwzględnia również proces projektowy w kontekście: żyćo-centriczności i planeto-centriczności, oraz zrównoważonego projektowania cyfrowego (sustainable digital design).

Treści:

- Wprowadzenie do Futures Cone – teoria i praktyka prognozowania przyszłości.
- Analiza trendów i zjawisk – identyfikacja i analiza kluczowych trendów technologicznych, społecznych, kulturowych i ekologicznych.
- Scenariusze przyszłości – tworzenie różnych scenariuszy rozwoju (prawdopodobne, pożądane, możliwe) w kontekście projektowym.
- Planowanie strategiczne – jak zastosować narzędzie Futures Cone do tworzenia długoterminowych strategii projektowych.
- Design futures – jak projektowanie może wpływać na przyszłość, z naciskiem na innowacje i odpowiedzialność społeczną.
- Rozwiązywanie wyzwań projektowych – jak analizować problemy przyszłości i opracowywać innowacyjne rozwiązania odpowiadające zmieniającym się potrzebom użytkowników.
- Zrównoważone projektowanie przyszłości – jak planować zrównoważone produkty i usługi, które będą funkcjonować w przyszłym ekosystemie technologicznym i społecznym.
- Testowanie scenariuszy przyszłości – prototypowanie i testowanie wybranych scenariuszy, uwzględniając różne czynniki wpływające na przyszłość.

ćwiczenie: Produkt/usługa w przyszłości.

Celem ćwiczenia jest zaprojektowanie koncepcji produktu lub usługi, która będzie odpowiedzią na wyzwania i potrzeby przyszłości, uwzględniając zmieniające się trendy technologiczne, społeczne i ekologiczne.

Metody dydaktyczne

Metody dydaktyczne wspierające osiągnięcie efektów uczenia się oraz działające na rzecz równości i równego zaangażowania wszystkich uczestników.

- Podawcze: prezentacja, studium przypadku.
- Angażujące: warsztaty kreatywne, praca zespołowa nad analizą scenariuszy, dyskusje
- Inkluzywne: konsultacje indywidualne

Literatura obowiązkowa:

1. Hanckock T., Bezold C. (1994). Possible Futures, Preferable Futures, *The Healthcare Forum Journal*, March 1994.
2. Webb, A. (2019). How to Do Strategic Planning Like a Futurist. Dostęp online: [How to Do Strategic Planning Like a Futurist](#)
3. Papanek V. (2023). *Design dla realnego świata. Środowisko człowieka i zmiana społeczna*, d2d, Kraków
4. Skalska Z., Kołodziej R. (2022). *Prototyping 2040*, Blue Media, Greenhat, Warszawa.

Literatura uzupełniająca:

1. Hatałska N., (2021). *Wiek paradoksów. Czy technologia nas ocali?*, Znak, Kraków.
2. Taleb N. N. (2020). *Czarny łabędź. Jak nieprzewidywalne zdarzenia rządzą naszym życiem*, Zysk i S-ka, Warszawa.

Weryfikacja efektów uczenia się

	Forma weryfikacji	Warunek zaliczenia
Metoda 1	projekt praktyczny będący realizacją projektową usługi/produktu przyszłości, wykorzystującą metody projektowania spekulatywnego	– minimalna liczba punktów konieczna do zaliczenia: 36 – maksymalna liczba punktów do zdobycia: 70
Metoda 2	przegląd projektów studenckich w obecności studentów	– minimalna liczba punktów konieczna do zaliczenia: 15 – maksymalna liczba punktów do zdobycia: 30

Ocena końcowa

Warunkiem uzyskania oceny pozytywnej z przedmiotu jest zdobycie minimalnej liczby punktów określonej dla każdego zadania. Obecność na zajęciach jest obowiązkowa. Ocena z przedmiotu wystawiana jest na podstawie sumy punktów zgodnie z poniższą skalą i progami:

91 – 100 punktów oznacza 5 (bardzo dobry)

81 – 90 punktów oznacza 4+ (dobry plus)

71 – 80 punktów oznacza 4 (dobry)

61 – 70 punktów oznacza 3+ (dostateczny plus)

51 – 60 punktów oznacza 3 (dostateczny)

poniżej 51 punktów oznacza 2 (niedostateczny), przedmiot musi być powtórzony.

KARTA PRZEDMIOTU

Nazwa przedmiotu: UX - warsztaty projektowe 1		Formy: warsztaty	Obligatoryjność: specjalnościowy
Kierunek studiów: Grafika reklamowa i multimedia specjalność: Projektowanie doświadczeń użytkownika (UX)		Poziom studiów: studia pierwszego stopnia	Język wykładowy: polski
Forma studiów: studia stacjonarne (ST) studia niestacjonarne (NST)	Semestr: 5 (ST, NST)	Liczba godzin w planie studiów: studia stacjonarne: 30h studia niestacjonarne: 24h	Nakład pracy: Liczba punktów ECTS: 2 Liczba godzin pracy: 50

Miejsce przedmiotu w programie studiów

Przedmiot „UX – Warsztaty projektowe 1” otwiera dwuczęściowy cykl warsztatów projektowania we współpracy z klientami – głównie organizacjami pożytku publicznego. Stanowi istotne wsparcie cyklu praktyk zawodowych, ale różni się od nich tempem pracy, które w wypadku tych warsztatów podporządkowane jest potrzebie utrwalenia wiedzy i umiejętności pozyskanych przez osoby studenckie w dotychczasowym toku studiów. Kontynuacja pracy nad projektami odbywa się na przedmiocie „UX – Warsztaty projektowe 2”.

Efekty uczenia się

Kod kierunkowego efektu uczenia się	Przedmiotowe efekty uczenia się	Weryfikacja efektów uczenia się
GRM1_W03	Student(ka) w zaawansowanym stopniu zna zasady oraz przebieg procesów projektowych typowych dla projektowania doświadczeń użytkownika w tym niezbędną metodologię badań projektowych i rozumie w jaki sposób współpraca z klientem wpływa na proces projektowy.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_U02	Student(ka) potrafi przeanalizować i ocenić poprawność dostarczonych przez zleceniodawcę informacji oraz przygotować harmonogram działań niezbędnych do zrealizowania projektu z obszaru projektowania dla organizacji non-profit.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_U03	Student(ka) potrafi ocenić dobór narzędzi badawczych i analitycznych do formułowania założeń, realizacji i projektów z zakresu projektowania dostosowanych do wymagań i możliwości zleceniodawcy.	Metoda 1 Metoda 2

GRM1_U04	Student(ka) potrafi komunikować się ze zleceniodawcą projektu, a także porozumiewać się za pomocą języka branżowego ze współpracownikami w ramach realizacji projektu grupowego.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_U05	Student(ka) potrafi formułować problemy projektowe w oparciu o wiedzę na temat potrzeb zleceniodawcy i użytkownika, a także generować rozwiązania o potencjale wdrożeniowym.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_U13	Student potrafi w sposób zrozumiały dla odbiorcy oraz z zachowaniem zasad adekwatnych do okoliczności zaprezentować efekty swojej pracy badawczej z zakresu definiowania problemu w formie prezentacji.	Metoda 2
GRM1_K03	Student(ka) jest gotów(-owa) do świadomego korzystania z własnej wyobraźni i intuicji, emocjonalności i zdolności do twórczego myślenia w trakcie realizacji i prezentowania badań i koncepcji zgodnych z oczekiwaniami odbiorcy, zleceniodawcy.	Metoda 2
GRM1_K11	Student(ka) jest gotów(-owa) do samodzielnego prowadzenia badań projektowych i definiowania problemów projektowych w oparciu o poprawnie przeprowadzony proces projektowy w toku współpracy ze zleceniodawcą.	Metoda 1 Metoda 2

Opis i treści programowe

warsztaty

Opis:

W ramach warsztatów projektowych studenci realizują projekty dla realnych klientów (z którymi uczelnia nawiązała kontakt), najczęściej są to organizacje typu NGO takie jak: fundacje, stowarzyszenia, itp. Podczas kursu studenci samodzielnie kontaktują się klientami, samodzielnie wspólnie z organizacją definiują cel projektu, w taki sposób, aby swoim klientom dostarczyć określoną wartość, a także samodzielnie planują i realizują proces badawczy i projektowy, którego zakres jest dostosowany do obranego celu.

W ramach zajęć studenci i studentki mają możliwość usystematyzowania i wykorzystania wiedzy nabytej w toku studiów, mierzenia się z problematyką współpracy z realnymi klientami oraz w zespole projektowym, którego cele i sposoby działania nie są definiowane przez prowadzącego – swego rodzaju zderzenie z praktyką i „prawdziwym” projektowaniem – a co za tym idzie kształtowanie swojej samodzielności i dojrzałości projektowej.

Wartością dodaną jest współpraca studentów z organizacjami pożytku publicznego co daje przestrzeń do kształtowania prospołecznych postaw, a dla organizacji realną wartość, która poprawi funkcjonowanie tej organizacji. Finalnie zespoły mają podsumować realizowane projekty oraz ich efekty w ramach kilkuminutowego materiału.

Rolą prowadzącego zajęcia jest monitorowanie postępów i moderowanie pracy grup, pilnowanie możliwie wysokiej jakości pracy i wsparcie merytoryczne zespołów. Prowadzący wskazuje możliwe konsekwencje podejmowanych decyzji, wskazuje różne kierunki rozwoju projektów, którymi zespoły mogą podążać oraz narzędzia i metody, które w tym pomogą. Nie podejmuje natomiast decyzji za zespoły.

Opis semestru „Warsztaty projektowe 1”

Warsztaty projektowe 1 to pierwszy z dwóch semestrów kursu. W tym semestrze studenci nawiązują współpracę z wybraną z puli organizacją pożytku publicznego, identyfikują możliwe obszary działania oraz cel współpracy oraz realizują badania (potrzeb klienta, grupy docelowej, otoczenia projektu)

Treści:

1. Organizacja pracy

- Omówienie podstaw współpracy z klientem
- Formowanie zespołów
- Opracowanie zasad organizacji pracy w zespołach (np. Team Canvas)
- Zespoły wybierają organizację, z którą będą współpracować
- Kontakt i nawiązanie współpracy z przedstawicielami organizacji
- Zarządzanie procesem zadaniami i procesem projektowym

2. Praca projektowa

- Analiza potrzeb klienta, grupy docelowej, otoczenia projektu
- Realizowanie działań w zakresie etapów: odkrywania, definiowania problemów projektowych, ideacji (modelowanie rozwiązań) i ich ewaluacji – w zależności od zdefiniowanych potrzeb i celów, które zespół chce osiągnąć
- Regularny kontakt i współpraca z klientem (m.in. definiowanie celów, omawianie postępów, weryfikowanie efektów i rozwiązań)

3. Praca na zajęciach

- Omawianie zagadnień wybranych przez prowadzącego pomocnych przy rozwiązywaniu bieżących wyzwań zespołów realizujących projekty
- Konsultacje postępów w realizacji projektów z prowadzącym(-ą) zajęcia
- Planowanie i omawianie kolejnych działań zespołów
- Monitorowanie pracy grupowej w zespołach
- Dyskusja między zespołami o bieżących problemach projektowych

Metody dydaktyczne

Metody dydaktyczne wspierające osiągnięcie efektów uczenia się oraz działające na rzecz równości i równego zaangażowania wszystkich uczestników.

- Podawcze: prezentacje, studium przypadku
- Angażujące: praktyczny projekt zespołowy, współpraca z zewnętrznym klientem, dyskusja w grupie, retrospektywy, działania warsztatowe, prezentacja postępów w realizacji projektów
- Inkluzywne: indywidualne korekty

Literatura obowiązkowa:

1. Greever T. (2017), Projekt doskonały. Zadbaj o komunikację z klientem, wysoki poziom UX i zdrowy rozsadek, Helion, Gliwice
2. Levy J. (2017), Strategia UX: jak tworzy innowacyjne produkty cyfrowe, które spotkają się z uznaniem na rynku, Helion Gliwice
3. Szóstek. A. (2022), Strategia Umami. Jak połączyć biznes z projektowaniem doświadczeń i wyróżnić się na rynku, MT biznes Warszawa

Literatura uzupełniająca:

1. Brown T. (2013), Zmiana przez design: jak design thinking zmienia organizacje i pobudza innowacyjność, Libron, Kraków

2. Monteiro M., Design is a job, A Book Apart 2012
3. Mościchowska I., Rogoś-Turek, B. (2020), *Badania jako podstawa projektowania UX*. PWN, Warszawa
4. Papanek V. (2023), *Dizajn dla realnego świata*, d2d, Kraków

Weryfikacja efektów uczenia się

	Forma weryfikacji	Warunek zaliczenia
Metoda 1	Projekt zespołowy	<ul style="list-style-type: none"> – minimalna liczba punktów konieczna do zaliczenia: 31 – maksymalna liczba punktów do zdobycia: 60
Metoda 2	Prezentacja z dyskusją	<ul style="list-style-type: none"> – minimalna liczba punktów konieczna do zaliczenia: 20 – maksymalna liczba punktów do zdobycia: 40

Ocena końcowa

Warunkiem uzyskania oceny pozytywnej z przedmiotu jest zdobycie minimalnej liczby punktów określonej dla każdego zadania. Obecność na zajęciach jest obowiązkowa. Ocena z przedmiotu wystawiana jest na podstawie sumy punktów zgodnie z poniższą skalą i progami:

91 – 100 punktów oznacza 5 (bardzo dobry)

81 – 90 punktów oznacza 4+ (dobry plus)

71 – 80 punktów oznacza 4 (dobry)

61 – 70 punktów oznacza 3+ (dostateczny plus)

51 – 60 punktów oznacza 3 (dostateczny)

poniżej 51 punktów oznacza 2 (niedostateczny), przedmiot musi być powtórzony.

specjalność: Multimedia

KARTA PRZEDMIOTU			
Nazwa przedmiotu: Animacja 3		Formy: warsztaty	Obligatoryjność: specjalnościowy
Kierunek studiów: Grafika reklamowa i multimedia specjalność: Multimedia		Poziom studiów: studia pierwszego stopnia	Język wykładowy: polski
Forma studiów: studia stacjonarne (ST) studia niestacjonarne (NST)	Semestr: 5 (ST, NST)	Liczba godzin w planie studiów: studia stacjonarne: 30h studia niestacjonarne: 24h	Nakład pracy: Liczba punktów ECTS: 2 Liczba godzin pracy: 50

Miejsce przedmiotu w programie studiów

„Animacja 3” zamyka cykl poświęcony tworzeniu animacji – jego bezpośrednimi poprzednikami są „Animacja 1” oraz „Animacja 2”. Przedmiot korzysta też z umiejętności zdobytych przez osoby studiujące na warsztatach „Narzędzia do pracy w 3D”, a w zakresie mappingu 3D stanowi wprowadzenie dla treści przedmiotu „Projektowanie interakcji 2”.

Cykl związany z animacją jest na specjalności Multimedia komplementarny dla treści przedmiotów związanych z filmem oraz VR i AR. Zdobyte kompetencje z obszaru tworzenia animacji będą wykorzystywane na warsztatach „Multimedialny przekaz reklamowy”, na cyklu „Multimedia – warsztaty projektowe” oraz w pracowni dyplomowej poświęconej animacji.

Efekty uczenia się

Kod kierunkowego efektu uczenia się	Przedmiotowe efekty uczenia się	Weryfikacja efektów uczenia się
GRM1_W11	Student(-ka) w zaawansowanym stopniu rozumie współczesne trendy technologiczne w tworzeniu animacji na potrzeby mappingu 3D, w tym wpływ ciągłego rozwoju technologii na przebieg procesu projektowego, metody interakcji z odbiorcą oraz wyświetlania i powielania dzieł.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_U05	Student(-ka) potrafi formułować i rozwiązywać problemy dotyczące realizowanych projektów z zakresu animacji, uwzględniając potrzeby rynku i użytkownika, oraz odpowiadać na te potrzeby, tworząc projekty animacyjne o potencjale komercyjnym i artystycznym z wykorzystaniem technik mappingu 3D.	Metoda 1 Metoda 2

GRM1_U07	Student(ka) potrafi dobrać i zastosować odpowiednie narzędzia warsztatu właściwe dla animacji i kreacji mappingu 3D.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_U08	Student(ka) potrafi za pomocą wyobraźni, intuicji i emocjonalności zaproponować różnorodne i nawiązujące do odmiennych stylistyk rozwiązania problemu projektowego z zakresu animacji i mappingu 3D.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_K10	Student(-ka) jest gotów(-owa) do dbałości o przestrzeganie etycznych standardów zawodowych w praktyce tworzenia animacji i multimediiów.	Metoda 1 Metoda 2

Opis i treści programowe

warsztaty

Opis:

Zajęcia mają na celu rozbudzenie i rozwijanie wyobraźni uczestników poprzez pracę z istniejącą lub zaprojektowaną scenarią/installacją w połączeniu z animacjami projektowanymi na te elementy w technice video mappingu 3D.

Student ma do wyboru wszystkie możliwe techniki animacji od klasycznych do cyfrowych jak i również materiał video, który może użyć wraz z muzyką by stworzyć unikatowe widowisko współgrające z przestrzenią oparte na konkretnych zasadach lecz otwarte formalnie.

W ramach realizowania indywidualnych warsztatów oraz projektów semestralnych studenci eksplorują pokłady swojej kreatywności oraz rozwijają umiejętności komponowania obrazu z dźwiękiem lub dźwięku pod obraz w celu wyrażania emocji i budowania nastroju poprzez wszystkie dostępne środki.

Treści:

- zapoznanie się z terminologią Mappingu 3D i stosowanymi technikami
- podstawy techniczne realizacji mappingu i projekcji na elementach przestrzennych
- stworzenie wspólnej scenografii / instalacji oraz tzw. matrycy do celów mappingowych
- warsztaty z różnymi narzędziami do animacji i oprogramowaniem w celu stworzenia mappingu 3D
- stworzenie wspólnego mappingu z krótkich elementów wybranych prac studenckich oraz jego publikacja na koniec semestru

Metody dydaktyczne

Metody dydaktyczne wspierające osiągnięcie efektów uczenia się oraz działające na rzecz równości i równego zaangażowania wszystkich uczestników.

- Podawcze: miniwykłady wprowadzające, prezentacja multimedialna
- Angażujące: wspólne stworzenie instalacji, wspólne testowanie matrycy, wspólne złożenie mappingu 3D z prac studenckich
- Inkluzywne: indywidualne korekty, prowadzący bierze pod uwagę zróżnicowany poziom zaawansowania studentów oraz talent artystyczny

Literatura obowiązkowa:

1. Glebas, F. (2009). *Directing the story : professional storytelling and storyboarding techniques for live action and animation*

2. Lamérand, J-P. (2014). *Anatomia ruchu*. cop
3. 3dtotal Publishing (2016). *Beyond art fundamentals: a guide to emotion, mood, and storytelling for artists*. Wydawca: 3DTotal Publishing

Literatura uzupełniająca:

1. Borysiewicz, E. (2013). *Rausz kinetyczny: animacja bezkamerowa Antonisza jako projekt polityczny*
2. Dumąła, P. (2012). Dumąła. cop

Weryfikacja efektów uczenia się

	Forma weryfikacji	Warunek zaliczenia
Metoda 1	ćwiczenia laboratoryjne	– minimalna liczba punktów konieczna do zaliczenia: 26 – maksymalna liczba punktów do zdobycia: 50
Metoda 2	Projekt w formie animacji na potrzeby mappingu	– minimalna liczba punktów konieczna do zaliczenia: 25 – maksymalna liczba punktów do zdobycia: 50

Ocena końcowa

Warunkiem uzyskania oceny pozytywnej z przedmiotu jest zdobycie minimalnej liczby punktów określonej dla każdego zadania. Obecność na zajęciach jest obowiązkowa. Ocena z przedmiotu wystawiana jest na podstawie sumy punktów zgodnie z poniższą skalą i progami:

91 – 100 punktów oznacza 5 (bardzo dobry)

81 – 90 punktów oznacza 4+ (dobry plus)

71 – 80 punktów oznacza 4 (dobry)

61 – 70 punktów oznacza 3+ (dostateczny plus)

51 – 60 punktów oznacza 3 (dostateczny)

poniżej 51 punktów oznacza 2 (niedostateczny), przedmiot musi być powtórzony.

KARTA PRZEDMIOTU

Nazwa przedmiotu: Montaż filmowy 2		Formy: warsztaty	Obligatoryjność: specjalnościowy
Kierunek studiów: Grafika reklamowa i multimedia specjalność: Multimedia		Poziom studiów: studia pierwszego stopnia	Język wykładowy: polski
Forma studiów: studia stacjonarne (ST) studia niestacjonarne (NST)	Semestr: 5 (ST, NST)	Liczba godzin w planie studiów: studia stacjonarne: 30h studia niestacjonarne: 24h	Nakład pracy: Liczba punktów ECTS: 2 Liczba godzin pracy: 50

Miejsce przedmiotu w programie studiów

„Montaż filmowy 2” jest kontynuacją przedmiotu „Montaż filmowy 1” i rozwija kompetencje z obszaru edycji dźwięku („Edycja dźwięku”), produkcji filmowej (cykl „Produkcja filmowa”) oraz tworzenia scenorysów („Scenorys – podstawy”, składowa przedmiotu „Wstęp do animacji i postprodukcji 1” oraz „Scenorys zaawansowany”) pozyskanych przez osoby studiujące w poprzednich semestrach. Obszar związany z tworzeniem filmu będzie rozwijany na warsztatach „Postprodukcja filmowa”. Zwieńczeniem cyklu związanego z tworzeniem filmu jest możliwość wybrania filmowej pracowni dyplomowej, a zdobyte umiejętności są wykorzystywane również w ramach cyklu „Multimedia – warsztaty projektowe” oraz w trakcie praktyk.

Efekty uczenia się

Kod kierunkowego efektu uczenia się	Przedmiotowe efekty uczenia się	Weryfikacja efektów uczenia się
GRM1_W04	Student(ka) w zaawansowanym stopniu zna zasady posługiwania się ekspresją artystyczną oraz umiejętnościami warsztatowymi w zakresie wywoływania budowania fabuły filmowej przez montaż filmowy.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_U02	Student(ka) potrafi dokonać selekcji, analizy i krytycznej oceny informacji (surowego materiału filmowego) na potrzeby realizacji montażu filmowego dłuższych projektów filmowych i multimedialnych z uwzględnieniem kontekstu montowanych ujęć.	Metoda 1
GRM1_U06	Student(ka) potrafi posługiwać się własną ekspresją artystyczną i wykorzystywać swoje koncepcje fabularne podczas konstruowania dzieł z zakresu multimedii przy użyciu montażu filmowego.	Metoda 1

GRM1_U07	Student(ka) potrafi dobrać narzędzia warsztatu artystycznego, a także techniki i zabiegi formalne do realizacji projektów z zakresu montażu filmowego.	Metoda 1
GRM1_U08	Student(ka) potrafi za pomocą wyobraźni, intuicji i emocjonalności zaproponować różnorodne formy wypowiedzi montażowej w stylistykach odpowiadających montowanemu materiałowi filmowemu.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_U09	Student(ka) potrafi analizować montowany materiał i w toku pracy dostrzegać nowe drogi budowania fabuły.	Metoda 1
GRM1_U14	Student(ka) potrafi planować i organizować indywidualny proces montowania filmu, a także jako projektant(ka) multimedialnych współdziałać w zespole interdyscyplinarnym.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_K11	Student(ka) jest gotów(-owa) do samodzielnej realizacji niezależnych, rozbudowanych projektów z zakresu montażu filmowego.	Metoda 1 Metoda 2

Opis i treści programowe

warsztaty

Opis:

W trakcie zajęć osoby studiujące zdobywają zaawansowaną wiedzę, umiejętności i kompetencje społeczne z zakresu montażu filmowego. Zapoznają się z techniką pracy w systemie kolaboracyjnym i tworzą złożone projekty multimedialne. Do zadań należą: złożony montaż, wykorzystanie różnych technik montażowych oraz montaż fabularnej etiudy filmowej w pełnym zakresie offline (synchronizacja obrazu i dźwięku przy użyciu timecode i klasa, porządkowanie scen według scenariusza, właściwy montaż scen i jego twórcza interpretacja, krytyczne myślenie podczas montażu i wykorzystywanie nieliniowej narracji w montażu). Kurs uczy pracy także w grupie i dzielenia się zadaniami, co jest bardzo istotne w zmiennym środowisku pracy.

Treści:

Montaż dłuższej sceny fabularnej

1. Nauka technik montażowych-praca praktyczna:

- Praca z dublami, dobieranie właściwych ujęć, dramatyczny efekt cięcia
- Intuicja montażysty – kiedy scenariusz nie daje odpowiedzi na wyzwania dramatyczne (twórcza rola montażysty w procesie tworzenia montażu filmowego)
- Sztuka świadomego rezygnowania i krytyczne myślenie w procesie twórczym
- Kompozycja ujęć w rytm
- Świadome prowadzenie uwagi widza
- Kreatywność i nielinearność w montażu
- Poziomy fonii i wizji w montażu filmowym
- Tworzenie przejść montażowych, właściwe stosowanie ramek kluczowych
- Montaż wielokamerowy – zastosowania i praktyka
- Dźwięk w filmie, kreatywne metody na zastosowanie dźwięku w celu uzyskania efektu dramatycznego
- Wstęp do technik korekcji barwnej

2. Nauka narzędzi, oprogramowanie:

- Kluczowanie wewnątrz środowiska Adobe Premiere
- Eksport kopii DCP
- Kreatywne wykorzystanie LUT

Ćwiczenia praktyczne takie jak:

1. Montaż trzech scen fabularnych według scenariusza, ale w oparciu na własnej wrażliwości i intuicji.
2. Montaż z planu wielokamerowego,
3. Montaż treści dla użytkownika w technice highspeed (1200 klatek na sekundę)

Metody dydaktyczne

Metody dydaktyczne wspierające osiągnięcie efektów uczenia się oraz działające na rzecz równości i równego zaangażowania wszystkich uczestników.

- Podawcze: warsztat, wykład interaktywny
- Angażujące: pytania, burza mózgów
- Inkluzywne: konsultacje indywidualne

Literatura obowiązkowa:

1. Millar, G., & Reich, K. (2014). *Technika montażu filmowego*. Warszawa: Wydawnictwo Wojciech Marzec.
2. Louis, D. (2011). *Dźwięk w filmie. Teoria i praktyka*. Warszawa: Wydawnictwo Wojciech Marzec.

Literatura uzupełniająca:

1. Block, B. (2010). *Opowiadanie obrazem. Tworzenie wizualnej struktury w filmie, telewizji i mediach cyfrowych*. Warszawa: Wydawnictwo Wojciech Marzec.

Weryfikacja efektów uczenia się

	Forma weryfikacji	Warunek zaliczenia
Metoda 1	ćwiczenia praktyczne	<ul style="list-style-type: none">– minimalna liczba punktów konieczna do zaliczenia: 26– maksymalna liczba punktów do zdobycia: 50
Metoda 2	przegląd zestawu zadań praktycznych z udziałem studenta(-ki)	<ul style="list-style-type: none">– minimalna liczba punktów konieczna do zaliczenia: 25– maksymalna liczba punktów do zdobycia: 50

Ocena końcowa

Warunkiem uzyskania oceny pozytywnej z przedmiotu jest zdobycie minimalnej liczby punktów określonej dla każdego zadania. Obecność na zajęciach jest obowiązkowa. Ocena z przedmiotu wystawiana jest na podstawie sumy punktów zgodnie z poniższą skalą i progami:

91 – 100 punktów oznacza 5 (bardzo dobry)

81 – 90 punktów oznacza 4+ (dobry plus)

71 – 80 punktów oznacza 4 (dobry)

61 – 70 punktów oznacza 3+ (dostateczny plus)

51 – 60 punktów oznacza 3 (dostateczny)

poniżej 51 punktów oznacza 2 (niedostateczny), przedmiot musi być powtórzony.

KARTA PRZEDMIOTU

Nazwa przedmiotu: Wprowadzenie do pracy w środowisku wirtualnym 1		Formy: warsztaty	Obligatoryjność: specjalnościowy
Kierunek studiów: Grafika reklamowa i multimedia specjalność: Multimedia		Poziom studiów: studia pierwszego stopnia	Język wykładowy: polski
Forma studiów: studia stacjonarne (ST) studia niestacjonarne (NST)	Semestr: 5 (ST, NST)	Liczba godzin w planie studiów: studia stacjonarne: 30h studia niestacjonarne: 24h	Nakład pracy: Liczba punktów ECTS: 2 Liczba godzin pracy: 50

Miejsce przedmiotu w programie studiów

„Wprowadzenie do pracy w środowisku wirtualnym 1” rozwija umiejętności z zakresu posługiwania się najnowszymi technologiami w tworzeniu wirtualnej rzeczywistości – VR oraz rozszerzonej rzeczywistości (AR). Korzysta z kompetencji pozyskanych na cyklu „Projektowanie interakcji” oraz „Narzędzia do pracy w 3D”. Kontynuację przedmiotu stanowi „Wprowadzenie do pracy w środowisku wirtualnym 2”. Cykl ten w programie specjalności Multimedia jest komplementarny dla bloków przedmiotów związanych z tworzeniem animacji i filmu. Zdobyte kompetencje mogą być wykorzystane – w zależności od wyboru osoby studiującej – podczas pracy nad projektem dyplomowym.

Efekty uczenia się

Kod kierunkowego efektu uczenia się	Przedmiotowe efekty uczenia się	Weryfikacja efektów uczenia się
GRM1_W11	Student(ka) w zaawansowanym stopniu zna i rozumie współczesne trendy technologiczne w tworzeniu multimedialnych bazujących na Virtual Reality (VR), w tym wpływ ciągłego rozwoju tej technologii na odbiór dzieł multimedialnych oraz ich wpływ na odbiorcę.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_U01	Student(ka) potrafi zastosować zdobytą wiedzę teoretyczną i praktyczną do samodzielnego planowania oraz realizacji prostych projektów VR/AR, wykorzystując odpowiednie narzędzia projektowe.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_U02	Student(ka) potrafi dokonać selekcji i krytycznej analizy informacji na temat technologii VR/AR, wybierając te, które najlepiej odpowiadają celom projektu i pozwalają na osiągnięcie wysokiej jakości wizualnej.	Metoda 1 Metoda 2

GRM1_U06	Student(ka) posiada umiejętność projektowania przy użyciu własnej ekspresji artystycznej przestrzennych kompozycji oraz interaktywnych elementów, które angażują użytkownika i odpowiadają na założenia funkcjonalne i estetyczne projektu.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_U09	Student(ka) potrafi doskonalić swój warsztat projektowy, stosując różnorodne techniki oraz narzędzia VR/AR, co umożliwi mu/jej realizację zróżnicowanych koncepcji projektowych uwzględniających kreatywność, immersję i interaktywność.	Metoda 1
GRM1_K01	Student(ka) jest gotów(a) do świadomej oraz krytycznej oceny informacji pozyskanych na temat technologii VR/AR oraz dokonuje na tej podstawie świadomych decyzji projektowych i odpowiedzialnych wyborów w procesie tworzenia interaktywnych środowisk wirtualnych.	Metoda 1 Metoda 2

Opis i treści programowe
warsztaty
<p>Opis: Celem przedmiotu „Wprowadzenie do Pracy w Środowisku Wirtualnym 1” jest zapoznanie osób studiujących z podstawowymi zagadnieniami, technologiami i narzędziami związanymi z tworzeniem środowisk wirtualnych (Virtual Reality, VR) oraz rozszerzonych (Augmented Reality, AR). Zajęcia mają formę warsztatową i koncentrują się na praktycznej nauce korzystania z nowoczesnych narzędzi do projektowania oraz implementacji prostych aplikacji i środowisk w VR. Osoby studiujące realizują indywidualne zadania semestralne z wykorzystaniem narzędzi VR odnoszące się w szczególności do kreatywności i oryginalności, kompozycji przestrzeni, interaktywności oraz immersji zarówno w fazie projektowania, jak i prezentacji ukończonych projektów.</p>
<p>Treści:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Omówienie podstaw dotyczących technologii VR i AR. – Przegląd narzędzi do tworzenia VR/AR. – Omówienie interfejsów immersyjnych programów 3D (Tilt Brush, Gravity Sketch). – Przedstawienie zasad pracy w wirtualnym warsztacie projektanta i ćwiczenia z tego zakresu. – Przedstawienie zadań semestralnych na temat tworzenia interaktywnych przestrzeni: artystycznej lub reklamowej w środowisku immersyjnym z wykorzystaniem oprogramowania Tilt Brush/Gravity Sketch. – Praca nad koncepcją projektów – research, przygotowanie moodboardu. – Tworzenie indywidualnych środowisk wirtualnych w ramach realizowanych zadań w przestrzeni VR. – Przygotowanie multimedialnej prezentacji projektu przedstawiającej proces projektowy, wizję, opis koncepcji oraz techniczne aspekty pracy. – Prezentacja zrealizowanych projektów w wirtualnej rzeczywistości.
<p>Metody dydaktyczne Metody dydaktyczne wspierające osiągnięcie efektów uczenia się oraz działające na rzecz równości i równego zaangażowania wszystkich uczestników.</p> <ul style="list-style-type: none"> – Podawcze: demonstracje, prezentacje dotyczące treści zajęć

- Angażujące: projekty warsztatowe z użyciem specjalistycznego sprzętu i oprogramowania, praca projektowa, konsultacje z prowadzącym, uczenie przez doświadczenie, research

Literatura obowiązkowa:

1. Craig, A. B. (2013). *Understanding Augmented Reality: Concepts and Applications*, Morgan Kaufmann.
2. Jerald, J. (2015). *The VR Book: Human-Centered Design for Virtual Reality*, ACM Books.
3. Syczewska, A. (2021). Wirtualna rzeczywistość jako narzędzie staje się normą. *inAW Journal Interdisciplinary Academic Magazine*, nr 1(2).

Literatura uzupełniająca:

1. Parisi, T. (2015). *Learning Virtual Reality: Developing Immersive Experiences and Applications for Desktop, Web, and Mobile*, O'Reilly Media.
2. Tutoriale i materiały online dostępne w ramach platformy Unity/Unreal Engine.
3. Artykuły naukowe i case studies dostępne na platformach edukacyjnych.

Weryfikacja efektów uczenia się

	Forma weryfikacji	Warunek zaliczenia
Metoda 1	projekt semestralny oparty na realizacji interaktywnych przestrzeni: artystycznej lub reklamowej w środowisku immersyjnym	<ul style="list-style-type: none"> – minimalna liczba punktów konieczna do zaliczenia: 31 – maksymalna liczba punktów do zdobycia: 60
Metoda 2	multimedialna prezentacja projektu przedstawiająca proces projektowy, wizję, opis koncepcji oraz techniczne aspekty pracy.	<ul style="list-style-type: none"> – minimalna liczba punktów konieczna do zaliczenia: 20 – maksymalna liczba punktów do zdobycia: 40

Ocena końcowa

Warunkiem uzyskania oceny pozytywnej z przedmiotu jest zdobycie minimalnej liczby punktów określonej dla każdego zadania. Obecność na zajęciach jest obowiązkowa. Ocena z przedmiotu wystawiana jest na podstawie sumy punktów zgodnie z poniższą skalą i progami:

91 – 100 punktów oznacza 5 (bardzo dobry)

81 – 90 punktów oznacza 4+ (dobry plus)

71 – 80 punktów oznacza 4 (dobry)

61 – 70 punktów oznacza 3+ (dostateczny plus)

51 – 60 punktów oznacza 3 (dostateczny)

poniżej 51 punktów oznacza 2 (niedostateczny), przedmiot musi być powtórzony.

KARTA PRZEDMIOTU

Nazwa przedmiotu: Multimedia – warsztaty projektowe 1		Formy: warsztaty	Obligatoryjność: specjalnościowy
Kierunek studiów: Grafika reklamowa i multimedia specjalność: Multimedia		Poziom studiów: studia pierwszego stopnia	Język wykładowy: polski
Forma studiów: studia stacjonarne (ST) studia niestacjonarne (NST)	Semestr: 5 (ST, NST)	Liczba godzin w planie studiów: studia stacjonarne: 30h studia niestacjonarne: 24h	Nakład pracy: Liczba punktów ECTS: 2 Liczba godzin pracy: 50

Miejsce przedmiotu w programie studiów

Przedmiot „Multimedia – warsztaty projektowe 1” otwiera dwuczęściowy cykl warsztatów projektowania we współpracy z partnerami – organizacjami pożytku publicznego lub artystami. Cykl ten pomaga utrwalić wiedzę i umiejętności pozyskane przez osoby studiujące w dotychczasowym toku studiów. Pierwszy semestr warsztatów poświęcony jest preprodukcji: przygotowaniu scenariusza, castingu, lokacji (lub studia), przygotowaniu rekwizytów, planów pracy, więc w dużej mierze korzysta z cyklu „Produkcja filmu”. Kontynuacja pracy nad projektami odbywa się na przedmiocie „Multimedia – warsztaty projektowe 2”. Cykl warsztatów projektowych uzupełnia treści praktyk i stanowi wsparcie dla przygotowania pracy dyplomowej oraz przyszłej pracy zawodowej.

Efekty uczenia się

Kod kierunkowego efektu uczenia się	Przedmiotowe efekty uczenia się	Weryfikacja efektów uczenia się
GRM1_W03	Student(ka) zna i rozumie w zaawansowanym stopniu zasady i przebieg procesu tworzenia projektu audiowizualnego od etapu burzy mózgów po finalizację kosztorysu i przygotowanie scenariusza, castingu, skautingu lokacji (lub studia), rekwizytów i planów pracy.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_U02	Student(ka) potrafi przeanalizować i krytycznie ocenić informacje niezbędne do realizacji produkcji audiowizualnej na wszystkich etapach procesu projektowego.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_U04	Student(ka) potrafi wykorzystać wiedzę z zakresu nauk o komunikacji społecznej i mediach do realizacji scenariusza i storyboardu.	Metoda 1 Metoda 2

GRM1_U05	Student(ka) w oparciu o realia rynkowe potrafi przygotować założenia projektowe niezbędne do stworzenia dzieła audiowizualnego o charakterze wdrożeniowym.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_K03	Student(ka) jest gotów(-owa) do celowego i świadomego korzystania z własnej wyobraźni, intuicji, emocjonalności i zdolności do twórczego myślenia w trakcie opracowywania scenariusza i storyboardu.	Metoda 1 Metoda 2

Opis i treści programowe	
warsztaty	
<p>Opis:</p> <p>W trakcie zajęć osoby studiujące zajmą się tworzeniem treści multimedialnych dla wybranego interesariusza. Wybór interesariusza jest po stronie grupy realizującej warsztaty i jest niezbędnym elementem projektu. Projekt powinien cechować się wartościami artystycznymi lub społecznymi. Potencjalnymi interesariuszami są artyści (muzycy), organizacje pozarządowe, interesariusze ze sfery organizacji publicznych.</p> <p>Pierwsza część zajęć <i>Multimedia - warsztaty projektowe 2</i> skupia się na etapie preprodukcji: przygotowaniu scenariusza, castingu, skautingu lokacji (lub studia), przygotowaniu rekwizytów, planów pracy. Osoby studiujące korzystają z umiejętności nabytych na wcześniejszych kursach, aby stworzyć wymagający, angażujący i wyrazisty formalnie kompletny projekt. Zadanie ma charakter grupowy. Osoby studiujące biorą na siebie zadania w wybranych polach. Celem jest wspólna praca nad procesem tworzenia treści multimedialnych (w wybranej formie adekwatnej dla interesariusza – realizacja może przyjąć formę na przykład teledysku czy filmu zaangażowanego społecznie).</p> <p>Warsztaty mają na celu rozwijanie kreatywności, umiejętności współpracy, jak również praktyczne przygotowanie do produkcji audiowizualnej.</p>	
<p>Treści:</p> <ol style="list-style-type: none"> Burza mózgów dotycząca scenariusza Zdefiniowanie problemu projektowego, odkrywanie i analizowanie różnych metafor, języka wizualnego czy nawiązań, co pozwoli zyskać szersze spojrzenie na potencjalne interpretacje i narracje. Pisanie scenariusza Tworzenie scenariusza z zastosowaniem znalezionych metafor audiowizualnych, tworzenie wspólnej wizji tego, jak ma wyglądać materiał multimedialny. Tworzenie shootingboard/storyboard Opracowywanie graficznego zarysu projektu: planowanie ujęć, kąta kamery oraz kompozycji, wizualizacja pomysłów i budowanie narracji w sposób przemyślany. Kosztorysowanie projektu Opracowanie kosztorysu, optymalizowanie wydatków związanych z przygotowaniem projektu. Scouting lokacji Identyfikowanie potencjalnych lokacji do kręcenia projektu i omawianie wpływu miejsca na ostateczny kształt produkcji, zasady scoutingu. Przygotowanie planu pracy Przygotowanie harmonogramu pracy, który pomoże zorganizować etapy produkcji. 	

7. Zorganizowanie niezbędnych zgód i zawarcie umów

Omówienie kwestii formalności związanych z produkcją, takich jak zgody na nagrywanie w różnych lokalizacjach, zasady zawierania umów z obsadą i ekipą produkcyjną.

8. Casting

Przeprowadzenie castingu, w celu znalezienia odpowiednich wykonawców, dobór artystów do stworzonych postaci i koncepcji.

9. Przygotowanie kostiumów i scenografii:

Planowanie i opracowywanie kostiumów i scenografii zgodnych z przyjętymi założeniami scenariuszowymi.

Metody dydaktyczne

Metody dydaktyczne wspierające osiągnięcie efektów uczenia się oraz działające na rzecz równości i równego zaangażowania wszystkich uczestników.

- **Podawcze:** prezentacje multimedialne dotyczące omawianych zagadnień
- **Angażujące:** krótkie zadania na czas, realizacja indywidualnych projektów w ramach zajęć, indywidualne i grupowe korekty, wspólne omówienie projektów semestralnych
- **Inkluzywne:** indywidualne korekty, prowadzący bierze pod uwagę zróżnicowany poziom zaawansowania studentów oraz talent artystyczny

Literatura obowiązkowa:

1. Aronson, L. (2019). *Scenariusz na miarę XXI wieku. Obszerny przewodnik po technikach pisania nowoczesnych scenariuszy filmowych*, Wydawnictwo Akademickie Dialog
2. Kuźniak, H. (2011). *Analiza strukturalna i treściowa obrazu filmowego*, PWSFTviT
3. Szymczyk, W. (2013). *Inscenizacja filmowa. Podręcznik reżyserii*, 2 tomy, PWSFTviT
4. Majer, A., Szczepański, T. (2019). *Kultura produkcji filmowej: teorie, badania, praktyki*, PWSFTviT

Literatura uzupełniająca:

1. *IMAGES. The International Journal of European Film, Performing Arts and Audiovisual Communication*. UAM Wydawnictwo Naukowe. ISSN: 1731-450X; E-ISSN: 2720-040X - wybrane numery
1. *Powidoki. Nowe media*. Wydawca Akademia Sztuk Pięknych im. Władysława Strzemińskiego w Łodzi - wybrane numery

Weryfikacja efektów uczenia się

	Forma weryfikacji	Warunek zaliczenia
Metoda 1	Przegląd prac w obecności studentów	<ul style="list-style-type: none">– minimalna liczba punktów konieczna do zaliczenia: 10– maksymalna liczba punktów do zdobycia: 20
Metoda 2	Projekt zespołowy polegający na przygotowaniu treści multimedialnych na potrzeby określonego interesariusza	<ul style="list-style-type: none">– minimalna liczba punktów konieczna do zaliczenia: 41– maksymalna liczba punktów do zdobycia: 80

Ocena końcowa

Warunkiem uzyskania oceny pozytywnej z przedmiotu jest zdobycie minimalnej liczby punktów określonej dla każdego zadania. Obecność na zajęciach jest obowiązkowa. Ocena z przedmiotu wystawiana jest na podstawie sumy punktów zgodnie z poniższą skalą i progami:

91 – 100 punktów oznacza 5 (bardzo dobry)

81 – 90 punktów oznacza 4+ (dobry plus)

71 – 80 punktów oznacza 4 (dobry)

61 – 70 punktów oznacza 3+ (dostateczny plus)

51 – 60 punktów oznacza 3 (dostateczny)

poniżej 51 punktów oznacza 2 (niedostateczny), przedmiot musi być powtórzony.

SEMESTR 6 /7

KARTA PRZEDMIOTU

Nazwa przedmiotu: Praktyka zawodowa 3		Formy: praktyka	Obligatoryjność: fakultatywny
Kierunek studiów: Grafika reklamowa i multimedia specjalność: -		Poziom studiów: studia pierwszego stopnia	Język wykładowy: polski
Forma studiów: studia stacjonarne (ST) studia niestacjonarne (NST)	Semestr: 6 (ST, NST)	Liczba godzin w planie studiów: studia stacjonarne: 320h studia niestacjonarne: 320h	Nakład pracy: Liczba punktów ECTS: 8 Liczba godzin pracy: 200

Miejsce przedmiotu w programie studiów

„Praktyka zawodowa 3” kończy cykl praktyk, które uzupełniają program studiów o profilu praktycznym o rynkowy, zawodowy kontekst pracy projektanta różnych specjalności. Przedmiot przypisany jest do semestru 6., ale rozliczenie praktyk może się odbyć też w trybie rocznym. W trakcie praktyk osoby studiuje wykorzystują wiedzę, umiejętności i kompetencje społeczne pozyskane w trakcie poprzednich semestrów studiów. Dzięki możliwości wyboru miejsca praktyk osoby studiuje zyskują możliwość elastycznego kształtowania swojej ścieżki kariery i decydowania, który aspekt pracy projektanta chcą głębiej poznać. Doświadczenia zdobywane podczas praktyki służą też jako punkt odniesienia podczas pracy na kolejnych przedmiotach w toku studiów.

Efekty uczenia się

Kod kierunkowego efektu uczenia się	Przedmiotowe efekty uczenia się	Weryfikacja efektów uczenia się
specjalność: projektowanie graficzne		
GRM1_W05	Student(ka) zna i rozumie regulacje ekonomiczne, które obejmują prawa autorskie, własność intelektualną, licencjonowanie, ochronę danych i zasady dotyczące umów z klientami oraz współpracownikami z branży projektowania graficznego.	Metoda 1 Metoda 2

GRM1_W07	Student(ka) wie, że naruszenie praw autorskich, praw do znaków towarowych lub zasad licencjonowania może skutkować konsekwencjami prawnymi, takimi jak kary finansowe, procesy sądowe, odpowiedzialność odszkodowawcza, a także utrata reputacji zawodowej i zaufania ze strony klientów branży projektowania graficznego.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_W08	Student(ka) na przepisy i wytyczne dotyczące zasad postępowania w sytuacjach awaryjnych, ochronę danych, tworzenia kopii zapasowych oraz wymagania związane z korzystaniem ze sprzętu elektronicznego i oprogramowania wykorzystywanego w pracy projektanta(-ki).	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_W09	Student(ka) zna standardy branżowe i zasady negocjowania wynagrodzeń, dzięki czemu potrafi określić odpowiednią wycenę swoich usług, adekwatną do własnych umiejętności, doświadczenia oraz oczekiwań klientów z branży projektowania audiowizualnego. Zna podstawowe strategie wyceny projektów i umie dostosować model rozliczeń w zależności od charakteru współpracy – na przykład przy długoterminowych kontraktach z firmami lub krótkoterminowych zleceniach jednorazowych.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_W11	Student(ka) zna i rozumie rozwój technologii cyfrowych i ich wpływ na proces projektowy oraz zna najnowsze oprogramowania i aplikacje, takie jak programy do edycji grafiki wektorowej i rastrowej, tworzenia animacji, oraz zaawansowane narzędzia do projektowania trójwymiarowego i wirtualnej rzeczywistości.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_W12	Student(ka) zna i rozumie realia branży w zakresie projektowania graficznego, a także rozumie zależności między procesem projektowym i realizacją projektu a teorią z zakresu projektowania i komunikacji społecznej.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_U02	Student(ka) potrafi analizować informacje pod kątem ich zgodności z założeniami projektowymi, aktualnością oraz adekwatnością w stosunku do grupy docelowej, zgodnie z założeniami klienta z obszaru projektowania graficznego.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_U05	Student(ka) potrafi skupić się na potrzebach i preferencjach użytkowników, dzięki czemu jest w stanie zdefiniować zadania, które zwiększają efektywność komunikacji wizualnej, poprawiają interakcję oraz wzmacniają doświadczenie użytkownika. Potrafi także identyfikować luki rynkowe oraz określać obszary, w których dany projekt może wyróżnić się na tle konkurencji, dostarczając praktykodawcy rozwiązania odpowiadające na rzeczywiste potrzeby rynkowe z zakresu projektowania graficznego	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_U07	Student(ka) potrafi dobrać odpowiednie narzędzia warsztatu artystycznego, w tym cyfrowe techniki i technologie, do realizacji zaawansowanych projektów z obszaru projektowania graficznego realizowanych w interdyscyplinarnym zespole.	Metoda 1 Metoda 2

GRM1_U10	Student(ka) potrafi swobodnie operować pojęciami z zakresu teorii koloru, typografii, kompozycji, przestrzeni negatywnej, hierarchii wizualnej czy psychologii kształtów. Umie także mówić o aspektach technicznych, takich jak rozdzielczość, formaty plików, rasteryzacja, wektoryzacja, czy aspekty przygotowania do druku (DTP). Potrafi zrozumiale objaśniać wybory dotyczące stylu, kroju pisma, palety kolorystycznej, a także omawiać kwestie związane z dostępnością i responsywnością projektu.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_U14	Student(ka) jest w stanie efektywnie współpracować z członkami zespołu, takimi jak ilustratorzy, drukarze, czy dział marketingu czy reklamy, czy eksperci z innych dziedzin, a także zarządzać własnym procesem projektowym w sposób, który wspiera spójność i integrację pracy zespołowej.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_U15	Student(ka) potrafi realizować potrzebę uczenia się przez całe życie poprzez podejmowanie wyzwań związane z eksperymentowaniem z nowymi technikami i narzędziami graficznymi, oraz poszerzanie swojej wiedzy o różne aspekty projektowania, takie jak psychologia percepcji, komunikacja wizualna, czy aspekty techniczne związane z przygotowaniem projektów do produkcji.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_K09	Student(ka) jest gotów(owa) do deklarowania i przestrzegania poznanych w trakcie studiów zasad etyki zawodowej twórcy(czyni) projektowania graficznego.	Metoda 1 Metoda 2
specjalność: multimedia		
GRM1_W05	Student(ka) zna i rozumie regulacje ekonomiczne, które obejmują prawa autorskie, własność intelektualną, licencjonowanie, ochronę danych i zasady dotyczące umów z klientami oraz współpracownikami z branży audiowizualnej.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_W07	Student(ka) wie, że naruszenie praw autorskich, praw do znaków towarowych lub zasad licencjonowania może skutkować konsekwencjami prawnymi, takimi jak kary finansowe, procesy sądowe, odpowiedzialność odszkodowawcza, a także utrata reputacji zawodowej i zaufania ze strony klientów branży projektowania audiowizualnego.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_W08	Student(ka) na przepisy i wytyczne dotyczące zasad postępowania w sytuacjach awaryjnych, ochronę danych, tworzenia kopii zapasowych oraz wymagania związane z korzystaniem ze sprzętu elektronicznego i oprogramowania wykorzystywanego w pracy projektanta(-ki).	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_W09	Student(ka) zna standardy branżowe i zasady negocjowania wynagrodzeń, dzięki czemu potrafi określić odpowiednią wycenę swoich usług, adekwatną do własnych umiejętności, doświadczenia oraz oczekiwań klientów z branży projektowania audiowizualnego. Zna podstawowe strategie wyceny projektów i umie dostosować model rozliczeń w zależności od charakteru współpracy – na przykład przy długoterminowych kontraktach z firmami lub krótkoterminowych zleceniach jednorazowych.	Metoda 1 Metoda 2

GRM1_W11	Student(ka) zna i rozumie rozwój technologii cyfrowych i ich wpływ na proces projektowy oraz zna najnowsze oprogramowania i aplikacje, takie jak programy do edycji grafiki wektorowej i rastrowej, tworzenia animacji, oraz zaawansowane narzędzia do projektowania trójwymiarowego i wirtualnej rzeczywistości.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_W12	Student(ka) zna i rozumie realia branży w zakresie multimediiów, a także rozumie zależności między procesem projektowym i realizacją projektu a teorią z zakresu projektowania i komunikacji społecznej.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_U02	Student(ka) potrafi analizować informacje pod kątem ich zgodności z założeniami projektowymi, aktualnością oraz adekwatnością w stosunku do grupy docelowej, zgodnie z założeniami klienta z obszaru projektowania audiowizualnego.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_U05	Student(ka) potrafi skupić się na potrzebach i preferencjach użytkowników, dzięki czemu jest w stanie zdefiniować zadania, które zwiększają efektywność komunikacji wizualnej, poprawiają interakcję oraz wzmacniają doświadczenie użytkownika. Potrafi także identyfikować luki rynkowe oraz określać obszary, w których dany projekt może wyróżnić się na tle konkurencji, dostarczając praktykodawcy rozwiązania odpowiadające na rzeczywiste potrzeby rynkowe z zakresu projektowania audiowizualnego.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_U07	Student(ka) potrafi dobrać odpowiednie narzędzia warsztatu artystycznego, w tym cyfrowe techniki i technologie, do realizacji zaawansowanych projektów z obszaru projektowania audiowizualnego realizowanych w interdyscyplinarnym zespole.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_U10	Student(ka) potrafi swobodnie operować terminami takimi jak: storyboard, scenariusz, montaż, kompozycja kadru, dźwięk przestrzenny, postprodukcja oraz różne formaty wizualne i audio, współpracując z różnymi interesariuszami, takimi jak klienci, reżyserzy, operatorzy kamer, montażyści czy dźwiękowcy.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_U14	Student(ka) jest w stanie efektywnie współpracować z członkami zespołu, takimi jak reżyserzy, operatorzy kamer, montażyści czy dźwiękowcy, animatorzy, projektanci 3D, czy eksperci z innych dziedzin, a także zarządzać własnym procesem projektowym w sposób, który wspiera spójność i integrację pracy zespołowej.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_U15	Student(ka) potrafi realizować potrzebę uczenia się przez całe życie poprzez regularne przeglądanie różnorodnych źródeł wiedzy, takich jak blogi branżowe, podcasty, książki oraz badania naukowe, aby poszerzać swoje horyzonty i inspirować się różnymi podejściami do projektowania audiowizualnego.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_K09	Student(ka) jest gotów(owa) do deklarowania i przestrzegania poznanych w trakcie studiów zasad etyki zawodowej twórcy(czyni) projektów audiowizualnych.	Metoda 1 Metoda 2

specjalność: projektowanie zorientowane na użytkownika (UX)		
GRM1_W05	Student(ka) zna i rozumie regulacje ekonomiczne, które obejmują prawa autorskie, własność intelektualną, licencjonowanie, ochronę danych i zasady dotyczące umów z klientami oraz współpracownikami z branży projektowania zorientowanego na użytkownika (UX).	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_W07	Student(ka) wie, że naruszenie praw autorskich, praw do znaków towarowych lub zasad licencjonowania może skutkować konsekwencjami prawnymi, takimi jak kary finansowe, procesy sądowe, odpowiedzialność odszkodowawcza, a także utrata reputacji zawodowej i zaufania ze strony klientów branży projektowania zorientowanego na użytkownika.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_W08	Student(ka) na przepisy i wytyczne dotyczące zasad postępowania w sytuacjach awaryjnych, ochronę danych, tworzenia kopii zapasowych oraz wymagania związane z korzystaniem ze sprzętu elektronicznego i oprogramowania wykorzystywanego w pracy projektanta(-ki).	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_W09	Student(ka) zna standardy branżowe i zasady negocjowania wynagrodzeń, dzięki czemu potrafi określić odpowiednią wycenę swoich usług, adekwatną do własnych umiejętności, doświadczenia oraz oczekiwań klientów z branży projektowania zorientowanego na użytkownika (UX). Zna podstawowe strategie wyceny projektów i umie dostosować model rozliczeń w zależności od charakteru współpracy – na przykład przy długoterminowych kontraktach z firmami lub krótkoterminowych zleceniach jednorazowych.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_W11	Student(ka) zna i rozumie najnowsze trendy w zakresie interfejsu użytkownika (UI) oraz doświadczeń użytkownika (UX), takie jak minimalizm, mikrointerakcje, czy wykorzystanie dynamicznej typografii, które wpływają na sposób odbioru projektów graficznych przez użytkowników. Jest także świadomy(a) rosnącego znaczenia projektowania responsywnego, które pozwala na dostosowanie grafiki do różnych urządzeń i rozdzielczości ekranów, co jest kluczowe w projektowaniu dla internetu i aplikacji mobilnych.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_W12	Student(ka) zna i rozumie realia branży w zakresie projektowania zorientowanego na użytkownika, a także rozumie zależności między procesem projektowym i realizacją projektu a teorią z zakresu projektowania i komunikacji społecznej.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_U02	Student(ka) potrafi analizować informacje pod kątem ich zgodności z założeniami projektowymi, aktualnością oraz adekwatnością w stosunku do grupy docelowej, zgodnie z założeniami klienta z obszaru projektowania zorientowanego na użytkownika (UX).	Metoda 1 Metoda 2

GRM1_U05	Student(ka) potrafi skupić się na potrzebach i preferencjach użytkowników, dzięki czemu jest w stanie zdefiniować zadania, które zwiększają efektywność komunikacji wizualnej, poprawiają interakcję oraz wzmacniają doświadczenie użytkownika. Potrafi także identyfikować luki rynkowe oraz określać obszary, w których dany projekt może wyróżnić się na tle konkurencji, dostarczając praktykodawcy rozwiązania odpowiadające na rzeczywiste potrzeby rynkowe z zakresu projektowania zorientowanego na użytkownika (UX).	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_U07	Student(ka) potrafi dobrać odpowiednie narzędzia warsztatu artystycznego, w tym cyfrowe techniki i technologie, do realizacji zaawansowanych projektów z obszaru projektowania zorientowanego na użytkownika (UX) realizowanych w interdyscyplinarnym zespole.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_U10	Student(ka) potrafi swobodnie operować pojęciami takimi jak user persona, user journey, wireframe, prototypowanie, testy użyteczności, heurystyki, a także koncepcje związane z dostępnością i inkluzyjnością. Potrafi jasno wyjaśnić, jakie korzyści płyną z zastosowania tych terminów i jak wpływają one na proces projektowania oraz końcowe doświadczenie użytkownika.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_U14	Student(ka) jest w stanie efektywnie współpracować z członkami zespołu, takimi jak projektanci UX/UI, programiści, copywriterzy, specjaliści od marketingu, czy eksperci z innych dziedzin, a także zarządzać własnym procesem projektowym w sposób, który wspiera spójność i integrację pracy zespołowej.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_U15	Student(ka) potrafi realizować potrzebę uczenia się przez całe życie poprzez regularne zapoznawanie się z najnowszymi technologiami i nowoczesnymi technikami produkcji wideo i dźwięku wymieniając się doświadczeniami z innymi profesjonalistami z branży projektowania zorientowanego na użytkownika (UX).	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_K09	Student(ka) jest gotów(-owa) do deklarowania i przestrzegania poznanych w trakcie studiów zasad etyki zawodowej twórcy(czyni) projektów zorientowanych na użytkownika (UX).	Metoda 1 Metoda 2

Opis i treści programowe

Praktyka zawodowa 3

Opis:

Praktyka zawodowa 3 odbywana jest na ostatnim semestrze studiów i ma na celu wprowadzenie do samodzielnej pracy w zawodzie w wybranych specjalnościach: *Projektowanie graficzne, Multimedia, oraz Projektowanie doświadczeń użytkownika (UX)*. Bazując na doświadczeniach z *Praktyki zawodowej 2*, studenci realizują samodzielne zadania, pogłębiają wiedzę branżową oraz doskonałą umiejętności praktyczne w pracy zespołowej. Praktyka ta pozwala na bezpośrednie zetknięcie się z wymaganiami rynku pracy oraz rozwija umiejętności współpracy i adaptacji w zróżnicowanych środowiskach zawodowych.

Każda ze specjalności oferuje inne doświadczenia praktyczne, dostosowane do specyficznych potrzeb branży, w której student się specjalizuje. Studenci mają możliwość realizowania zaawansowanych projektów z zakresu projektowania graficznego, multimedialnego lub UX, zdobywając tym samym wszechstronne umiejętności, które będą niezbędne przy podjęciu samodzielnej pracy w zawodzie.

Treści:

Specjalność: projektowanie graficzne

Cel: Celem tej specjalności jest rozwinięcie umiejętności związanych z projektowaniem wizualnym dla mediów drukowanych oraz cyfrowych. Studenci nauczą się tworzyć projekty graficzne spełniające potrzeby klientów, z naciskiem na branding, reklamę i projektowanie materiałów edytorskich, takich jak książki, magazyny, broszury i katalogi.

Treści programowe:

- Tworzenie elementów kampanii reklamowych w oparciu o brief klienta.
- Tworzenie prototypów wizualnych oraz praca nad kilkoma projektami równocześnie, zarządzanie czasem i projektami.
- Zarządzanie projektem i zespołem.
- Współpraca w interdyscyplinarnym zespole.

Specjalność: multimedia

Cel: Ta specjalność koncentruje się na nauce tworzenia treści multimedialnych, w tym animacji, produkcji filmowej i montażu, grafik 3D oraz projektów interaktywnych. Celem jest rozwinięcie umiejętności praktycznych w zakresie pracy z dynamicznymi, interaktywnymi formami komunikacji wizualnej.

Treści programowe:

- Współpraca w zespole przy tworzeniu projektów multimedialnych i interaktywnych (storyboarding, prototypowanie).
- Integracja elementów graficznych z kodem oraz optymalizacja treści multimedialnych do różnych platform.
- Praca na planie filmowych, podejmowanie różnych ról (reżyser, producent, scenarzysta, operator kamery (kierownik zdjęć), kierownik produkcji, scenograf, kostiumograf, dźwiękowiec, asystent reżysera, kierownik planu)
- Współpraca w interdyscyplinarnym zespole.

Specjalność: projektowanie doświadczeń użytkownika (UX)

Cel: Celem tej specjalności jest pogłębienie wiedzy z zakresu projektowania zorientowanego na użytkownika. Studenci nauczą się badać potrzeby użytkowników, projektować intuicyjne interfejsy oraz optymalizować doświadczenia użytkowników na podstawie danych analitycznych.

Treści programowe:

- Zasady projektowania zorientowanego na użytkownika (User-Centered Design) oraz iteracyjnego procesu projektowego.
- Współpraca z zespołami deweloperskimi: przekształcanie projektów UX/UI w funkcjonalne rozwiązania.
- Zarządzanie projektem UX: prowadzenie warsztatów, komunikacja z interesariuszami, prototypowanie w narzędziach takich jak InVision, Figma.
- Współpraca w interdyscyplinarnym zespole.

Literatura obowiązkowa:

1. Materiały udostępnione przez praktykodawcę

Metody dydaktyczne

Metody dydaktyczne wspierające osiągnięcie efektów uczenia się oraz działające na rzecz równości i równego zaangażowania wszystkich uczestników.

Podawcze:

- **Instruktaż techniczny** – Szczegółowe prezentacje i instrukcje dotyczące narzędzi graficznych i oprogramowania. Studenci mogą zapoznać się z funkcjami i technikami przydatnymi w projektowaniu materiałów reklamowych i edytorskich.
- **Studium przypadku** – Przykłady realnych projektów, omawiane z opiekunem praktyk, aby zrozumieć proces od briefu do realizacji.

Angażujące:

- **Praktyczne zadania projektowe** – Tworzenie projektów dla rzeczywistego klienta lub projektu symulacyjnego. Pozwala to studentom na zastosowanie zdobytej wiedzy w praktyce.

Inkluzywne:

- **Umożliwienie różnorodnych form prezentacji** – Studenci mogą wybierać różne formy prezentacji swoich prac (wideo, animacje, aplikacje), co pozwala na dostosowanie do różnych umiejętności i preferencji.
- **Feedback z różnorodnych źródeł** – Opinie od różnych osób (mentorów, rówieśników, klientów) na temat projektów studentów, co wspiera szeroką ocenę i rozwój umiejętności w różnych obszarach.
- **Indywidualne sesje mentorskie** – Spotkania z mentorem, które umożliwiają dostosowanie wsparcia do indywidualnych potrzeb studentów oraz pomagają w rozwiązywaniu problemów napotkanych w trakcie realizacji projektów.

Weryfikacja efektów uczenia się

	Forma weryfikacji	Warunek zaliczenia
Metoda 1	Raport Część I [uzupełnia student(ka)] Raport realizacji praktyki zawodowej uwzględniający opis miejsca realizacji praktyk, rolę studenta/ki w firmie, opis kluczowych realizowanych zadań, a także refleksję nt. zdobytej wiedzy i nabytych umiejętnościach i kompetencjach społecznych oraz strategii działań zawodowych w przyszłości.	<ul style="list-style-type: none">– minimalna liczba punktów konieczna do zaliczenia: 28– maksymalna liczba punktów do zdobycia: 55

Metoda 2	Raport Część II [uzupełnia praktykodawca] Raport uwzględniający ocenę praktykodawcy zakresu osiągniętych przez studenta/ki efektów uczenia się w trakcie realizacji praktyk oraz opinię uzasadniającą wystawioną ocenę.	<ul style="list-style-type: none"> – minimalna liczba punktów konieczna do zaliczenia: 23 – maksymalna liczba punktów do zdobycia: 45
----------	--	---

Ocena końcowa

Warunkiem uzyskania oceny pozytywnej z przedmiotu jest zdobycie minimalnej liczby punktów określonej dla każdego zadania. Obecność na zajęciach jest obowiązkowa. Ocena z przedmiotu wystawiana jest na podstawie sumy punktów zgodnie z poniższą skalą i progami:

91 – 100 punktów oznacza 5 (bardzo dobry)

81 – 90 punktów oznacza 4+ (dobry plus)

71 – 80 punktów oznacza 4 (dobry)

61 – 70 punktów oznacza 3+ (dostateczny plus)

51 – 60 punktów oznacza 3 (dostateczny)

poniżej 51 punktów oznacza 2 (niedostateczny), przedmiot musi być powtórzony.

KARTA PRZEDMIOTU

Nazwa przedmiotu: Kompetencje zawodowe		Formy: ćwiczenia	Obligatoryjność: obowiązkowy
Kierunek studiów: Grafik areklamowa i multimedia specjalność: -		Poziom studiów: studia pierwszego stopnia	Język wykładowy: polski
Forma studiów: studia stacjonarne (ST) studia niestacjonarne (NST)	Semestr: 6 (ST) 7 (NST)	Liczba godzin w planie studiów: studia stacjonarne: 30h studia niestacjonarne: 27h	Nakład pracy: Liczba punktów ECTS: 3 Liczba godzin pracy: 75

Składowe przedmiotu

1. Komunikacja z klientem 1 (ćwiczenia), forma stacjonarna - 10h; forma niestacjonarna - 9h
2. Prezentacja (ćwiczenia), forma stacjonarna - 10h; forma niestacjonarna - 9h
3. Zarządzanie karierą (ćwiczenia), forma stacjonarna - 10h; forma niestacjonarna - 9h

Miejsce przedmiotu w programie studiów

Przedmiot „Kompetencje zawodowe” jest ostatnim, po „Praktyce zawodowej 1 i 2”, „Reklamie i branding” oraz „Języku angielskim specjalistycznym”, z cyklu przedmiotów przygotowujących do funkcjonowania na rynku pracy. Jego treści są komplementarne dla „Praktyki zawodowej 3”. W zakresie umiejętności prezentacyjnych bazuje na szeregu innych przedmiotów, począwszy od „Kompetencji społecznych i akademickich” z pierwszego semestru, a kończąc na „Seminarium dyplomowym 1”. Wspiera również osoby studiujące w przygotowaniu do finalnej prezentacji dyplomowej.

Efekty uczenia się

Kod kierunkowego efektu uczenia się	Przedmiotowe efekty uczenia się	Weryfikacja efektów uczenia się
GRM1_W05	Student(ka) zna i rozumie ekonomiczne oraz prawne uwarunkowania rynku: wyceny, tworzenia i implementacji projektów z zakresu grafiki reklamowej, interaktywnej i multimedialnej.	Metoda 1 Metoda 3

GRM1_W09	Student(ka) zna i rozumie prawne aspekty otwierania i prowadzenia działalności gospodarczej w branży grafiki reklamowej i multimedialnej. Wie jakie są formy zatrudnienia w branży i zna zasady budżetowania projektów.	Metoda 1 Metoda 3
GRM1_U10	Student(ka) potrafi efektywnie komunikować się z wykorzystaniem terminologii z zakresu grafiki użytkowej, interaktywnej i multimediiów oraz wykorzystać wiedzę z zakresu komunikacji społecznej w kontaktach zawodowych i negocjacjach z klientami.	Metoda 2
GRM1_U11	Student(ka) potrafi brać udział w dyskusji na temat projektów z zakresu grafiki użytkowej i multimediiów oraz przedstawiać klientowi różne punkty widzenia na projekt za pomocą logicznych argumentów.	Metoda 2
GRM1_U13	Student(ka) potrafi w sposób efektywny prezentować własne projekty zleceniodawcom i klientom zleceniodawców	Metoda 2
GRM1_U15	Student(ka) potrafi realizować potrzebę uczenia się przez całe życie poprzez nieustanne podnoszenie kompetencji zawodowych i społecznych w toku autokorekty swoich działań.	Metoda 2
GRM1_K06	Student(ka) jest gotów(-owa) do myślenia i działania w sposób przedsiębiorczy, rozpoznaje i ocenia ryzyka oraz możliwości związane z prowadzeniem działalności gospodarczej w branży grafiki użytkowej i multimedialnej.	Metoda 1 Metoda 3

Opis i treści programowe

ćwiczenia - Komunikacja z klientem

Opis:

Celem przedmiotu jest nauczenie studenta(ki) definiowania potrzeb biznesowych klienta, przeprowadzenia warsztatu diagnozującego potrzeby klienta, zaprojektowania Customer Journey Map adekwatne do swojej specjalizacji.

Po ukończeniu kursu student(ka) potrafi wykorzystać wiedzę pozyskaną dzięki analizie Customer Journey Map do przygotowania kompleksowej strategii działania i współpracy z klientem, przygotować prezentację oferty w oparciu o zdiagnozowane potrzeby klienta tak, aby stanowiły one podstawę do dalszej działalności z klientem, wymienić zasady przygotowywania i prowadzenia prezentacji planu działania / strategii projektowej dla klienta, adaptować się do okoliczności dyktowanych przez sytuację biznesową czy relacje z klientem.

Treści:

Analiza potrzeb biznesowych & Warsztat biznesowy

1. Spotkanie z klientem: fundamenty skutecznej komunikacji

- Znaczenie słuchania w procesie komunikacji: Zrozumienie, dlaczego aktywne słuchanie jest kluczowe dla efektywnej współpracy z klientem.
- Techniki aktywnego słuchania: Praktyczne metody i ćwiczenia, które pomagają w skutecznym odbiorze informacji od klienta.

2. Projektowanie Customer Journey Map

- Wprowadzenie do tworzenia mapy podróży klienta jako narzędzia do analizy potrzeb.
- Ćwiczenie praktyczne: Uczestnicy projektują własną mapę podróży klienta, identyfikując kluczowe punkty kontaktu i emocje, które towarzyszą klientowi na różnych etapach.

3. Przygotowanie oferty: strategia działania dla klienta

- Zasady tworzenia oferty: Kluczowe elementy, które powinny znaleźć się w strategii działania dla klienta, aby była przekonująca i dopasowana do jego potrzeb.
- Ćwiczenie praktyczne: W grupach uczestnicy opracowują przykładową ofertę dla fikcyjnego klienta, uwzględniając wcześniej zidentyfikowane potrzeby i cele.

4. Prezentacja strategii: skuteczne przedstawienie oferty

- Techniki efektywnej prezentacji: Zasady i techniki, które pomogą w skutecznym przedstawieniu strategii klientowi.
- Ćwiczenie praktyczne: Uczestnicy prezentują swoje oferty przed grupą, koncentrując się na klarowności przekazu i angażowaniu odbiorcy.

5. Retrospektywa & Podsumowanie dobrych praktyk

- Refleksja nad procesem: Uczestnicy omawiają swoje doświadczenia z przygotowywania oferty i prezentacji, dzieląc się tym, co poszło dobrze, a co można poprawić.
- Podsumowanie dobrych praktyk: Wspólne zestawienie kluczowych wniosków i najlepszych strategii z całego warsztatu, które mogą być wykorzystane w przyszłych projektach.

Metody dydaktyczne

Metody dydaktyczne wspierające osiągnięcie efektów uczenia się oraz działające na rzecz równości i równego zaangażowania wszystkich uczestników.

- Podawcze: prezentacja multimedialna, dyskusjami na temat case study.
- Angażujące: ćwiczenia praktyczne, praca zespołowa nad projektami, z naciskiem na interdyscyplinarność, odgrywanie scenek.
- Inkluzywne: rozmowy indywidualne, prowadzący bierze pod uwagę zróżnicowany poziom zaawansowania studentów oraz różnice w stylach uczenia się, dostosowując zadania i tempo pracy do indywidualnych potrzeb.

Literatura obowiązkowa:

1. Bałutowski D., *O co Ci chodzi? Praktyczny przewodnik po komunikacji interpersonalnej*, ebook
2. Gary V. (2013). *Ekonomia wdzięczności. Zasada wzajemności w biznesie*, Helion, Gliwice

Literatura uzupełniająca:

1. Bucki P. (2017). *Porozmawiajmy o komunikacji*, Słowa i Myśli, Gdańsk
2. Jason F. (2018). *David, Rework*, Onepress, Gliwice
3. Maurya A. (2013). *Metoda Running Lean. Iteracja od planu A do planu, który da Ci sukces*, Helion, Gliwice
4. Rosenberg M. (2016). *Porozumienie bez przemocy. O języku życia*, Czarna Owca, Warszawa
5. Smith A., Osterwalder, A., Bernarda, G., Pigneur, Y. (2015). *Projektowanie propozycji wartości*, ICAN Institute

ćwiczenia - Prezentacja

Opis:

Warsztaty obejmują przygotowanie skutecznej prezentacji biznesowej (Pitch) oraz rozwijanie umiejętności komunikacyjnych oraz pracy zespołowej. Prezentacje studentów i studentek są nagrywane a następnie oglądane i komentowane w celu udoskonalenia. Przedmiot ten kładzie nacisk na praktyczne zastosowanie wiedzy, sprzyjające rozwojowi postawy przedsiębiorczej i kreatywnego myślenia.

Treści:

Przygotowanie prezentacji pomysłu biznesowego (Pitch):

- Zasady skutecznej prezentacji biznesowej: struktura, styl, treść.
- Zasady poprawnego graficznie opracowywania prezentacji.
- Tworzenie angażującej historii i przekazu dla inwestorów, partnerów lub klientów.
- Praktyczne ćwiczenia w przygotowaniu i prezentacji pomysłu w formie pitchu o długości 5 minut.

Prezentacja i feedback na temat pomysłów biznesowych:

- Prezentacja opracowanych pomysłów biznesowych przed grupą i prowadzącym.
- Otrzymywanie konstruktywnego feedbacku od rówieśników i prowadzącego na temat mocnych stron oraz obszarów do poprawy.
- Refleksja nad procesem tworzenia i prezentacji pomysłu biznesowego, wnioski i plany na przyszłość.

Metody dydaktyczne

Metody dydaktyczne wspierające osiągnięcie efektów uczenia się oraz działające na rzecz równości i równego zaangażowania wszystkich uczestników.

- Podawcze: prezentacja multimedialna, dyskusjami na temat case study.
- Angażujące: ćwiczenia praktyczne
- Inkluzywne: rozmowy indywidualne, prowadzący bierze pod uwagę zróżnicowany poziom zaawansowania studentów oraz różnice w stylach uczenia się, dostosowując zadania i tempo pracy do indywidualnych potrzeb.

Literatura obowiązkowa:

1. Bucki, P (2020), Prezentacje po prostu. Wydawnictwo Onepress, Gliwice
2. Klaff O. (2021). *Pitch Anything: An Innovative Method for Presenting, Persuading, and Winning the Deal*, Wyd. Mcgraw-Hill Publ.Comp
3. Kozieł K., 4 warstwy prezentacji, [3 NAJLEPSZYCH PRELEGENTÓW NA INTERNET BETA 2016 I 4 WARSTWY PREZENTACJI - Kamil Kozieł](#)

Literatura uzupełniająca:

1. Barclay R. (2021), Pitch, Garndners 2021
2. Paese B. A. (2022). *Mowa Ciąta*, Wyd. Rebis, Warszawa

ćwiczenia - Zarządzanie karierą

Opis:

Zarządzanie karierą to moduł kompetencji zawodowych, który przygotowuje do poszerzenia wiedzy z obszaru technik rekrutacyjnych i sposobów autoprezentacji. Drugim, równie ważnym, jest rozeznanie studenta(ki) we własnych predyspozycjach i zbudowaniem indywidualnej ścieżki kariery.

Treści:

Wprowadzenie do przedsiębiorczości w branży kreatywnej

- Definicja przedsiębiorcy i jego rola w branży grafiki reklamowej i multimedialnej.
- Analiza cech przedsiębiorczych i kompetencji niezbędnych do prowadzenia działalności gospodarczej.
- Przegląd przykładów udanych przedsiębiorców i firm w branży kreatywnej.

Podstawy prawne i finansowe prowadzenia działalności gospodarczej

- Przegląd podstawowych form prawnych działalności gospodarczej i ich specyfiki.
- Omówienie obowiązków prawnych i podatkowych związanych z prowadzeniem własnej firmy.
- Planowanie finansowe, budżetowanie oraz pozyskiwanie funduszy na rozwój działalności.

Generowanie pomysłów na biznes

- Techniki kreatywnego myślenia i generowania innowacyjnych pomysłów biznesowych.
- Analiza trendów rynkowych w branży reklamowej i multimedialnej.
- Identyfikacja nisz rynkowych i potrzeb klientów jako inspiracji dla nowych pomysłów.

Ocena i wybór pomysłu na biznes

- Kryteria oceny pomysłów biznesowych: innowacyjność, wykonalność, skalowalność, potencjał rynkowy.
- Metody walidacji pomysłów: analiza SWOT, badanie rynku, testowanie koncepcji.
- Wybór najlepszego pomysłu na biznes w oparciu o zebrane dane i analizę.

Opracowanie modelu biznesowego za pomocą Business Model Canvas

- Wprowadzenie do narzędzia Business Model Canvas i jego elementów składowych.
- Praktyczne zastosowanie Business Model Canvas do opracowania wybranego pomysłu na biznes.
- Analiza segmentów klientów, propozycji wartości, kanałów dystrybucji, relacji z klientami, źródeł przychodów, kluczowych zasobów, działań, partnerów i struktury kosztów.

Rekrutacja

- proces rekrutacji i selekcji w organizacji, jak się do niego przygotować
- przygotowanie do wywiadu bezpośredniego, online, analiza pytań, do których warto się przygotować
- Assessment Center i inne zaawansowane metody, na co warto się przygotować
- jakie materiały wysłać pracodawcy

Metody dydaktyczne

Metody dydaktyczne wspierające osiągnięcie efektów uczenia się oraz działające na rzecz równości i równego zaangażowania wszystkich uczestników.

- Podawcze: prezentacja multimedialna, dyskusjami na temat case study.
- Angażujące: ćwiczenia praktyczne, praca zespołowa nad projektami, z naciskiem na interdyscyplinarność, w tym spotkania z osobami ze szczególnymi potrzebami.
- Inkluzywne: rozmowy indywidualne, prowadzący bierze pod uwagę zróżnicowany poziom zaawansowania studentów oraz różnice w stylach uczenia się, dostosowując zadania i tempo pracy do indywidualnych potrzeb.

Literatura obowiązkowa:

1. Oettingen G (2018)., Woop. Skuteczna metoda osiągania celów, GWP, Gdańsk
2. Osterwalder A. Pigneur Y. (2022). *Tworzenie modeli biznesowych. Podręcznik wizjonera*, Onepress
3. Strycharczyk D. , Clough P (2017)., *Odporność psychiczna*, GWP, Gdańsk

Literatura uzupełniająca:

1. Brzozowska, A., Postuła, I., Kłobukowski, P. (2016). *Przedsiębiorczość. Studia przypadków*. Wydawnictwo Naukowe Wydziału Zarządzania UW. Dostęp online: [PRZEDSIĘBIORCZOŚĆ Studia przypadków](#)
2. Covey S.R (2016)., 7 nawyków skutecznego działania, REBIS Warszawa
3. Stone D., S. Heen (2017), Dziękuję za informację zwrotną ,Oficyna Wydawnicza LOGOS.

Weryfikacja efektów uczenia się

	Forma weryfikacji	Warunek zaliczenia
Metoda 1	Zadania praktyczne	– minimalna liczba punktów konieczna do zaliczenia: 21 – maksymalna liczba punktów do zdobycia: 40
Metoda 2	Prezentacja projektu grupowego z opracowania modelu biznesowego	– minimalna liczba punktów konieczna do zaliczenia: 20 – maksymalna liczba punktów do zdobycia: 40
Metoda 3	Kolokwium weryfikujące wiedzę związaną z przedsiębiorczością	– minimalna liczba punktów konieczna do zaliczenia: 10 – maksymalna liczba punktów do zdobycia: 20

Ocena końcowa

Warunkiem uzyskania oceny pozytywnej z przedmiotu jest zdobycie minimalnej liczby punktów określonej dla każdego zadania. Obecność na zajęciach jest obowiązkowa. Ocena z przedmiotu wystawiana jest na podstawie sumy punktów zgodnie z poniższą skalą i progami:

91 – 100 punktów oznacza 5 (bardzo dobry)

81 – 90 punktów oznacza 4+ (dobry plus)

71 – 80 punktów oznacza 4 (dobry)

61 – 70 punktów oznacza 3+ (dostateczny plus)

51 – 60 punktów oznacza 3 (dostateczny)

poniżej 51 punktów oznacza 2 (niedostateczny), przedmiot musi być powtórzony.

KARTA PRZEDMIOTU

Nazwa przedmiotu: International Workshop		Formy: warsztaty	Obligatoryjność: obowiązkowy
Kierunek studiów: Grafik areklamowa i multimedia specjalność: -		Poziom studiów: studia pierwszego stopnia	Język wykładowy: polski
Forma studiów: studia stacjonarne (ST) studia niestacjonarne (NST)	Semestr: 6 (ST) 7 (NST)	Liczba godzin w planie studiów: studia stacjonarne: 18h studia niestacjonarne: 12h	Nakład pracy: Liczba punktów ECTS: 1 Liczba godzin pracy: 25

Miejsce przedmiotu w programie studiów

Przedmiot „International Workshop” to warsztaty, do których prowadzenia są zapraszani corocznie projektanci zza granicy. Warsztaty prowadzone są w języku angielskim, do czego przygotowuje zarówno wcześniejszy cykl zajęć z języka angielskiego (B2), jak i przedmiot „Język angielski specjalistyczny”. Warsztaty dają osobom studiującym możliwość zyskania szerszej, międzynarodowej perspektywy na wybrany obszar projektowania. Zdobyte umiejętności są wykorzystywane w rozwoju własnej ścieżki kariery oraz podczas pracy nad projektem dyplomowym.

Efekty uczenia się

Kod kierunkowego efektu uczenia się	Przedmiotowe efekty uczenia się	Weryfikacja efektów uczenia się
GRM1_W04	Student(-ka) w zaawansowanym stopniu zna zasady posługiwania się ekspresją artystyczną oraz umiejętnościami warsztatowymi właściwymi dla wybranych pokrewnych grafice aktywności artystycznych, a także rozumie, jak zastosować te zasady w kreacji projektów dla branży reklamowej i medialnej w toku pracy w sprincie projektowym.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_U06	Student(-ka) potrafi posługiwać się własną ekspresją artystyczną w celu szybkiego konstruowania dzieł z zakresu projektowania graficznego i multimediów w toku sprintu projektowego w oparciu o własne koncepcje projektowe i posiadane umiejętności.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_U07	Student(-ka) potrafi podczas sprintu projektowego dobrać odpowiednie narzędzia warsztatu artystycznego, w tym cyfrowe techniki i technologie pozwalające na szybką pracę do realizacji projektów z zakresu grafiki użytkowej, interaktywnej i multimediów.	Metoda 1 Metoda 2

GRM1_U08	Student(-ka) potrafi za pomocą wyobraźni, intuicji i emocjonalności proponować różnorodne i nawiązujące do odmiennych wynikających z kodu kulturowego stylistyk rozwiązania problemu projektowego z zakresu grafiki użytkowej, interaktywnej i multimediiów dostosowane do .	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_U09	Student(-ka) potrafi rozwijać własny warsztat artystyczny poprzez ciągłe samodoskonalenie konfrontując swoje umiejętności z ekspertami zagranicznymi w celu realizacji zróżnicowanych koncepcji.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_U11	Student(-ka) potrafi w języku angielskim brać udział w dyskusji na temat projektów z zakresu grafiki użytkowej i multimediiów oraz przedstawiać ustnie różne opinie za pomocą logicznych argumentów opartych o wiedzę z dyscypliny sztuki plastyczne i konserwacja dzieł sztuki;	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_U12	Student(-ka) potrafi posługiwać się językiem obcym na poziomie B2 Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego w toku współpracy z ekspertami spoza Polski.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_K03	Student(-ka) jest gotów(-owa) do celowego i świadomego korzystania z własnej wyobraźni, intuicji, emocjonalności i zdolności do twórczego myślenia w trakcie pracy projektowej, również w warunkach sprintu projektowego, posługując się przy tym językiem angielskim.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_K08	Student(-ka) jest gotów(-owa) do analizowania z różnorodnej perspektywy wynikającej ze współpracy z ekspertem spoza Polski, wpływu realizowanych przez siebie projektów z zakresu grafiki użytkowej, interaktywnej i multimediiów na środowisko społeczne i przyrodnicze oraz dokonywania samooceny w zakresie etycznego wymiaru swojej pracy.	Metoda 1 Metoda 2

Opis i treści programowe

warsztaty

Opis: Zajęcia w formie warsztatowej z zakresu objętego programem studiów przeprowadzane w języku angielskim przez zagranicznego projektanta grafiki użytkowej, interaktywnej i/lub multimediiów o znaczącym dorobku. Warsztaty trwają kilka dni i mają charakter sprintu projektowego na zadany temat. Przedmiot ma na celu konfrontować wiedzę, umiejętności i kompetencje społeczne studentów z wykładownicą(-cą) z innego kraju tak aby wskazać różnorodne podejście do nauczanych kwestii.

Przedmiot ma nową edycję co roku, a szczegółowe treści kształcenia będą formułowane zgodnie z obszarem i specyfiką działalności artystycznej zaproszonego eksperta. Realizowane zadanie ma na celu połączenie studentów z różnych specjalizacji w interdyscyplinarny zespół projektowy wykorzystując ich unikatową wiedzę i umiejętności.

Treści:

Ramowy plan warsztatów

1. Dzień Pierwszy

<ul style="list-style-type: none"> – Prezentacja autorska – Wprowadzenie do tematu – Praca badawczo-koncepcyjna <p>2. Dzień Drugi</p> <ul style="list-style-type: none"> – Praca projektowa <p>3. Dzień Trzeci</p> <ul style="list-style-type: none"> – Praca projektowa – Przegląd i omówienie prac studenckich
<p>Metody dydaktyczne</p> <p>Metody dydaktyczne wspierające osiągnięcie efektów uczenia się oraz działające na rzecz równości i równego zaangażowania wszystkich uczestników.</p> <ul style="list-style-type: none"> – Podawcze: Prezentacje multimedialne – Angażujące: Dyskusja, praca indywidualna, praca zespołowa – Inkluzywne: Indywidualne konsultacje projektów
<p>Literatura obowiązkowa:</p> <p>Literatura ustalona przez prowadzącego zajęcia</p>

Weryfikacja efektów uczenia się		
	Forma weryfikacji	Warunek zaliczenia
Metoda 1	Ocena jakości projektu	<ul style="list-style-type: none"> – minimalna liczba punktów konieczna do zaliczenia: 26 – maksymalna liczba punktów do zdobycia: 50
Metoda 2	Prezentacja projektu podczas przeglądu	<ul style="list-style-type: none"> – minimalna liczba punktów konieczna do zaliczenia: 25 – maksymalna liczba punktów do zdobycia: 50

Ocena końcowa
<p>Warunkiem uzyskania oceny pozytywnej z przedmiotu jest zdobycie minimalnej liczby punktów określonej dla każdego zadania. Obecność na zajęciach jest obowiązkowa. Ocena z przedmiotu wystawiana jest na podstawie sumy punktów zgodnie z poniższą skalą i progami:</p> <p>91 – 100 punktów oznacza 5 (bardzo dobry)</p> <p>81 – 90 punktów oznacza 4+ (dobry plus)</p> <p>71 – 80 punktów oznacza 4 (dobry)</p> <p>61 – 70 punktów oznacza 3+ (dostateczny plus)</p> <p>51 – 60 punktów oznacza 3 (dostateczny)</p> <p>poniżej 51 punktów oznacza 2 (niedostateczny), przedmiot musi być powtórzony.</p>

KARTA PRZEDMIOTU

Nazwa przedmiotu: Seminarium dyplomowe 2		Formy: seminarium dyplomowe	Obligatoryjność: obowiązkowy
Kierunek studiów: Grafika reklamowa i multimedia		Poziom studiów: studia pierwszego stopnia	Język wykładowy: polski
specjalność: -			
Forma studiów: studia stacjonarne (ST) studia niestacjonarne (NST)	Semestr: 6 (ST) 7 (NST)	Liczba godzin w planie studiów: studia stacjonarne: 48h studia niestacjonarne: 24h	Nakład pracy: Liczba punktów ECTS: 10 Liczba godzin pracy: 250

Miejsce przedmiotu w programie studiów

„Seminarium dyplomowe 2” kończy cykl przygotowania pracy dyplomowej. Po zdefiniowaniu potrzeb odbiorców i użytkowników oraz analizie kontekstu projektu, które odbyły się w poprzednim semestrze na „Seminarium dyplomowym 1”, osoby studiujące przystępują do projektowania, a następnie ewaluacji swoich wytworów. W procesie ewaluacji mają zastosowanie wiedza i umiejętności pozyskane na przedmiotach badawczych oraz na cyklu projektowania uniwersalnego, a w procesie tworzenia projektu dyplomowego – warsztat artystyczny i projektowy rozwinięty na projektowych i narzędziowych przedmiotach kierunkowych oraz specjalnościowych – adekwatnych do podejmowanego tematu.

Efekty uczenia się

Kod kierunkowego efektu uczenia się	Przedmiotowe efekty uczenia się	Weryfikacja efektów uczenia się
GRM1_W01	Student(ka) zna w zaawansowanym stopniu zasady tworzenia zróżnicowanych form komunikacji wizualnej i sposoby ich oddziaływania w kontekście wiedzy z zakresu sztuk plastycznych i konserwacji dzieł sztuki oraz pokrewnych dyscyplin, w szczególności nauk o komunikacji społecznej i mediach, oraz rozumie ich wpływ na praktykę projektowania graficznego/multimediów/zorientowanego na użytkownika (UX)	Metoda 1 Metoda 2

GRM1_W11	Student(ka) w zaawansowanym stopniu zna i rozumie współczesne trendy technologiczne w projektowaniu graficznym/multimediów/zorientowanym na użytkownika (UX), w tym wpływ ciągłego rozwoju technologii na przebieg procesu projektowego, metody interakcji z odbiorcą oraz reprodukcji niezbędnych do realizacji pracy dyplomowej w zakresie wybranej specjalności i grupy seminaryjnej	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_U08	Student(ka) potrafi za pomocą wyobraźni, intuicji i emocjonalności zaproponować różnorodne i nawiązujące do odmiennych stylistyk rozwiązania problemu projektowego realizowanego w ramach pracy dyplomowej w obszarze wybranej specjalności i specyfiki grupy seminaryjnej w zakresie projektowania graficznego/multimediów/zorientowanego na użytkownika (UX)	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_U10	Student(ka) potrafi efektywnie komunikować się zarówno z odbiorcą realizowanego projektu jak i zleceniodawcą - promotorem i komisją egzaminacyjną dobierając terminologię dostosowaną do problemu projektowego w zależności od jego specyfiki.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_U11	Student(ka) potrafi obronić projekt dyplomowy z zakresu grafiki użytkowej i multimediów oraz przedstawiać zarówno ustnie, jak i pisemnie różne opinie za pomocą logicznych argumentów opartych o wiedzę z dyscypliny sztuki plastycznej i konserwacja dzieł sztuki;	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_U13	Student(ka) potrafi efektywnie zaprezentować projekt dyplomowy z użyciem odpowiednich technologii komunikacyjnych, dostosowanych do proponowanego rozwiązania problemu projektowego w zależności od jego specyfiki.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_U15	Student(ka) potrafi realizować potrzebę uczenia się przez całe życie poprzez nieustanne podnoszenie kompetencji zawodowych dając temu wyraz poprzez realizowanie pracy dyplomowej w obszarze wybranej specjalności i specyfiki grupy seminaryjnej w zakresie projektowania graficznego/multimediów/zorientowanego na użytkownika (UX)	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_K03	Student(ka) jest gotów(-owa) do celowego i świadomego korzystania z własnej wyobraźni, intuicji, emocjonalności i zdolności do twórczego myślenia w trakcie pracy projektowej dyplomowej, również w warunkach zmiennych, a także w trakcie prezentowania efektów własnej pracy;	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_K08	Student(ka) jest gotów(-owa) do analizowania wpływu realizowanej przez siebie pracy dyplomowej w zakresie projektowania graficznego/multimediów/zorientowanego na użytkownika (UX) na środowisko społeczne i przyrodnicze oraz dokonywania etycznych wyborów w tym zakresie	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_K11	Student(ka) jest gotów(-owa) do samodzielnej realizacji niezależnych, kompletnych i opisanych projektów z zakresu grafiki użytkowej, interaktywnej i multimediów w oparciu o poprawnie przeprowadzony proces projektowy.	Metoda 1 Metoda 2

Opis i treści programowe

seminarium dyplomowe 2

Opis:

Seminarium dyplomowe 2 koncentruje się na dalszym rozwijaniu i doskonaleniu rozpoczętych w poprzednim semestrze projektów dyplomowych w ramach Seminarium dyplomowego 1.

Student(ka) dobiera właściwe narzędzia do realizacji projektu dyplomowego, potrafi wykorzystać odpowiednie umiejętności warsztatowe w zakresie różnych rodzajów grafiki użytkowej/multimediów/projektowania zorientowanego na użytkownika, weryfikuje efekt finalny pod kątem zgodności z przygotowanymi założeniami projektowymi, uzasadnia dokonane wybory formalne i artystyczne, przygotowuje niezbędne do obrony elementy dyplomu. Finalizuje pracę pisemną, pracę praktyczną (projektową), prezentację.

Treści:

Rozwój koncepcji projektu

- Potwierdzenie wyboru narzędzi projektowych oraz weryfikacja dokonanych wyborów formalnych zgodnie z zakresem wybranej specjalności i grupy seminaryjnej.

Prezentacje projektów

- Podsumowania pracy projektowej i opisu projektu i ostateczna realizacja projektu dyplomowego.

Konsultacje indywidualne i grupowe

- Regularne sesje z promotorem, podczas których omawiane są postępy prac, wyzwania oraz możliwe rozwiązania.

Przygotowanie do egzaminu

- Merytoryczne przygotowanie pod kątem egzaminu: analiza i weryfikacja odpowiedzi na pytania egzaminacyjne

Przygotowanie prezentacji na potrzeby obrony

- Zajęcia skupiające się na rozwoju umiejętności autoprezentacji, które są kluczowe podczas egzaminu dyplomowego. Symulacje wystąpień publicznych.

Metody dydaktyczne

Metody dydaktyczne wspierające osiągnięcie efektów uczenia się oraz działające na rzecz równości i równego zaangażowania wszystkich uczestników.

Podawcze: prezentacje porządkujące treści prezentowane podczas seminarium i wyjaśniające cel i strukturę zajęć.

Angażujące: prezentacja na forum postępów pracy nad pracą dyplomową, dyskusja nad projektami, symulacje egzaminu dyplomowego.

Inkluzywne: indywidualne konsultacje.

Literatura obowiązkowa:

1. Barta J., Markiewicz R. (2007). *Prawo autorskie i prawa pokrewne*, Zakamycze, Kraków

Literatura uzupełniająca:

1. Lopuck L. (ed.). (1996). *Designing Multimedia: A Visual Guide to Multimedia and Online Graphic Design*, Peachpit Press, Michigan University
2. Pite S. (2003). *The Digital Designer: 101 Graphic Design Projects for Print, the Web, Multimedia & Motion Graphics*, Cengage Learning

3. Sanecki P. (2011). *Processing: podstawy technologii multimedialnych dla artystów*, Katedra Intermediów Wydziału Komunikacji Multimedialnej Uniwersytetu Artystycznego, Poznań

Weryfikacja efektów uczenia się		
	Forma weryfikacji	Warunek zaliczenia
Metoda 1	Przygotowanie do egzaminu ustnego, znajomość zagadnień i odpowiedzi na pytania egzaminu dyplomowego.	<ul style="list-style-type: none"> – minimalna liczba punktów konieczna do zaliczenia: 10 – maksymalna liczba punktów do zdobycia: 20
Metoda	Projekt dyplomowy Projekt dyplomowy przygotowany zgodnie ze <i>Standardami prac dyplomowych na Wydziale Interdyscyplinarnym w Krakowie, Filia w Krakowie im. ks. Józefa Tischnera, Uniwersytetu SWPS</i> . Student jest zobowiązany do przedstawienia ukończonego projektu, który spełnia wszystkie wymogi formalne oraz merytoryczne. Projekt musi zawierać odpowiednio rozwinięte elementy wizualne, techniczne oraz użytkowe, zgodnie z wybraną specjalizacją (Grafika reklamowa, Multimedia, UX). Kluczowym elementem jest zgodność z przyjętymi standardami oraz umiejętność zastosowania zdobytej wiedzy w praktyce projektowej.	<ul style="list-style-type: none"> – minimalna liczba punktów konieczna do zaliczenia: 41 – maksymalna liczba punktów do zdobycia: 80

Ocena końcowa

Warunkiem uzyskania oceny pozytywnej z przedmiotu jest zdobycie minimalnej liczby punktów określonej dla każdego zadania. Obecność na zajęciach jest obowiązkowa. Ocena z przedmiotu wystawiana jest na podstawie sumy punktów zgodnie z poniższą skalą i progami:

91 – 100 punktów oznacza 5 (bardzo dobry)

81 – 90 punktów oznacza 4+ (dobry plus)

71 – 80 punktów oznacza 4 (dobry)

61 – 70 punktów oznacza 3+ (dostateczny plus)

51 – 60 punktów oznacza 3 (dostateczny)

poniżej 51 punktów oznacza 2 (niedostateczny), przedmiot musi być powtórzony.

specjalność: Projektowanie graficzne

KARTA PRZEDMIOTU			
Nazwa przedmiotu: Projektowanie przekazu reklamowego 3		Formy: warsztaty	Obligatoryjność: specjalnościowy
Kierunek studiów: Grafika reklamowa i multimedia specjalność: Projektowanie graficzne		Poziom studiów: studia pierwszego stopnia	Język wykładowy: polski
Forma studiów: studia stacjonarne (ST) studia niestacjonarne (NST)	Semestr: 6 (ST, NST)	Liczba godzin w planie studiów: studia stacjonarne: 30h studia niestacjonarne: 24h	Nakład pracy: Liczba punktów ECTS: 3 Liczba godzin pracy: 75

Miejsce przedmiotu w programie studiów

Przedmiot „Projektowanie przekazu reklamowego 3” kończy cykl związany z projektowaniem materiałów reklamowych – ta część poświęcona jest promocji w obszarze kultury. Przedmiot korzysta z wiedzy i umiejętności przyswojonych podczas nauki przedmiotów: „Analiza semiotyczna przekazu wizualnego” oraz „Reklama i branding”, „Projektowanie przekazu reklamowego” 1 i 2, „Komunikacja wizualna” 1 i 2, „Projektowanie grafiki rastrowej” 1 i 2, „Projektowanie grafiki wektorowej”, „Typografia”, „Historia sztuk audiowizualnych” 1 i 2, „Przygotowanie do druku”, „Struktury wizualne”, „Systemy identyfikacji wizualnej 1”. Przedmiot jest komplementarny dla cykliów „Grafika informacyjna”, „Projektowanie opakowań” i „Techniki edytorskie”. Zdobyte kompetencje będą przydatne podczas pracy nad dyplomem (w zależności od wyboru tematu przez osobę studiującą).

Efekty uczenia się

Kod kierunkowego efektu uczenia się	Przedmiotowe efekty uczenia się	Weryfikacja efektów uczenia się
GRM1_W01	Student(-ka) zna w zaawansowanym stopniu zasady tworzenia zróżnicowanych form interaktywnej reklamy wizualnej i sposoby jej oddziaływania w kontekście wiedzy z zakresu sztuk plastycznych i konserwacji dzieł sztuki oraz pokrewnych dyscyplin, w szczególności nauk o komunikacji społecznej i mediach, oraz rozumie wpływ osiągnięć tych nauk na praktykę projektowania interaktywnej grafiki reklamowej	Metoda 1 Metoda 2

GRM1_W04	Student(-ka) w zaawansowanym stopniu zna zasady posługiwania się ekspresją artystyczną oraz umiejętnościami warsztatowymi właściwymi dla fotografii i animacji, a także rozumie jak zastosować te zasady w tworzeniu reklamowej grafiki interaktywnej.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_W11	Student(ka) zna i rozumie w zaawansowanym stopniu współczesne trendy technologiczne w zakresie projektowania interaktywnej grafiki reklamowej, w tym wpływ ciągłego rozwoju technologii związanych z reklamą na przebieg procesu projektowego, metody interakcji z odbiorcą z użyciem elementów graficznych i tekstowych oraz wyświetlania i powielania materiałów reklamowych.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_U01	Student(-ka) potrafi wykorzystywać posiadaną wiedzę z zakresu teorii i praktyki sztuki oraz projektowania do zaplanowania i poprowadzenia procesu projektowego w zakresie tworzenia interaktywnej grafiki reklamowej.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_U05	Student(-ka) potrafi w trakcie konstruowania kampanii reklamowych w oparciu o wiedzę na temat potrzeb rynku i użytkownika poprawnie formułować problemy projektowe, a także w tworzyć rozwiązania projektowe z zakresu grafiki interaktywnej mające potencjał wdrożeniowy.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_U08	Student(-ka) potrafi za pomocą wyobraźni, intuicji i emocjonalności proponować różnorodne i nawiązujące do odmiennych stylistyk warianty graficznej reklamy interaktywnej.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_K02	Student(-ka) jest gotów(-owa) do umiejętnego korzystania z własnej wiedzy i doświadczenia w zakresie tworzenia grafiki reklamowej oraz do konstruktywnej współpracy ze specjalistami z zakresu marketingu i nowych technologii przy tworzeniu interaktywnej grafiki reklamowej.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_K03	Student(-ka) jest gotów(-owa) do celowego i świadomego korzystania z własnej wyobraźni, intuicji, emocjonalności i zdolności do twórczego myślenia w trakcie pracy projektowej, również w warunkach zmieniających się oczekiwań zleceniodawcy i podwykonawcy interaktywnej grafiki reklamowej, a także w trakcie prezentowania projektu zleceniodawcy.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_K05	Student(-ka) jest gotów(-owa) do tworzenia perswazyjnego i informacyjnego przekazu reklamowego z zastosowaniem grafiki interaktywnej na potrzeby ważnych społecznie tematów.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_K09	Student(ka) jest gotów(-owa) do przestrzegania zasad etyki zawodowej projektanta(-ki) interaktywnej grafiki reklamowej, które są zawarte w publikacjach branżowych stowarzyszeń, oraz do klarownego komunikowania tych zasad otoczeniu, w tym zleceniodawcy.	Metoda 1 Metoda 2

Opis i treści programowe

warsztaty

Opis:

Przedmiot Projektowanie przekazu reklamowego 3 na piątym semestrze koncentruje się na zaawansowanych technikach reklamy, które wykorzystują grafikę interaktywną, immersyjną i zestawy różnorodnych graficznych elementów reklamowych. Osoby studiujące uczą się projektować materiały reklamowe i informacyjne, które mogą angażować odbiorców na różne sposoby, w tym poprzez wykorzystanie elementów ruchomych, grafiki powiązanej z dźwiękiem, grafiki seryjnej osadzonej w różnych przestrzeniach oraz grafiki interaktywnej.

Treści:

Zakres tematyczny:

- Wprowadzenie do grafiki interaktywnej w reklamie – grafika w Internecie (w tym media społecznościowe), ruch symulowany i rzeczywisty w grafice, grafika w aplikacjach, grafika statyczna w materiałach multimedialnych, kody QR, grafika interaktywna.
- Tworzenie grafiki interaktywnej – projektowanie interaktywnych kampanii reklamowych (dla instytucji kultury), które angażują odbiorców wizualnie, dźwiękowo i poprzez interakcję.
- Integracja grafiki interaktywnej w realnych przestrzeniach – projektowanie kampanii reklamowych dla instytucji kultury z elementami interaktywnymi, które zachęcają użytkowników do aktywności m.in. poprzez ruchome elementy graficzne, aplikacje na urządzeniach mobilnych i doświadczanie treści rozszerzonych.
- Tworzenie treści interaktywnych – projektowanie grafiki ruchomej oraz grafiki pozwalającej na interakcję z otoczeniem z myślą o różnych kanałach dystrybucji: Internet, w tym media społecznościowe oraz aplikacje mobilne
- Techniczne aspekty projektowania reklam interaktywnych – zrozumienie narzędzi projektowych, wyzwań technicznych i integracji różnych technologii w ramach kampanii reklamowych.
- Etyczne aspekty graficznej reklamy interaktywnej – odpowiedzialność społeczna w tworzeniu immersyjnych doświadczeń multimedialnych oraz ich wpływ na psychikę i emocje odbiorców.

Ćwiczenia do wyboru:

- Ćwiczenie 1: Tworzenie kampanii interaktywnej dla instytucji kultury
Opis: Studenci projektują kampanię reklamową złożoną z elementów powiązanych i interaktywnych; celem jest jednoczesna promocja nowej oferty w przestrzeniach rzeczywistej oraz cyfrowej, wzbogaconej o elementy interaktywne, sensualne oraz dźwięk.
- Ćwiczenie 2: Zaprojektowanie interaktywnego katalogu/programu dla instytucji kultury
Opis: Zaprojektowanie materiału drukowanego zawierającego elementy umożliwiające odbiorcy odtworzenie dźwięku lub obrazu ruchomego w przestrzeni cyfrowej (strona internetowa lub aplikacja) i/lub interakcję z innymi odbiorcami.

Metody dydaktyczne

Metody dydaktyczne wspierające osiągnięcie efektów uczenia się oraz działające na rzecz równości i równego zaangażowania wszystkich uczestników.

- Podawcze: prezentacja, case study
- Angażujące: ćwiczenia, dyskusje, prezentacje

– Inkluzywne: indywidualne korekty

Literatura obowiązkowa:

1. Young, M. (2018). *Ogilvy o reklamie w epoce cyfrowej*. Warszawa: Wydawnictwo Arkady.

Literatura dodatkowa:

1. Bailenson, J. (2019). *Wirtualna rzeczywistość. Doznanie na żądanie*. Gliwice: Helion.

Weryfikacja efektów uczenia się

	Forma weryfikacji	Warunek zaliczenia
Metoda 1	Zadania praktyczne	– minimalna liczba punktów konieczna do zaliczenia: 31 – maksymalna liczba punktów do zdobycia: 60
Metoda 2	przegląd zestawu zadań praktycznych z udziałem studenta(-ki)	– minimalna liczba punktów konieczna do zaliczenia: 20 – maksymalna liczba punktów do zdobycia: 40

Ocena końcowa

Warunkiem uzyskania oceny pozytywnej z przedmiotu jest zdobycie minimalnej liczby punktów określonej dla każdego zadania. Obecność na zajęciach jest obowiązkowa. Ocena z przedmiotu wystawiana jest na podstawie sumy punktów zgodnie z poniższą skalą i progami:

91 – 100 punktów oznacza 5 (bardzo dobry)

81 – 90 punktów oznacza 4+ (dobry plus)

71 – 80 punktów oznacza 4 (dobry)

61 – 70 punktów oznacza 3+ (dostateczny plus)

51 – 60 punktów oznacza 3 (dostateczny)

poniżej 51 punktów oznacza 2 (niedostateczny), przedmiot musi być powtórzony.

KARTA PRZEDMIOTU

Nazwa przedmiotu: Technologie i podłoża drukarskie		Formy: warsztaty	Obligatoryjność: specjalnościowy
Kierunek studiów: Grafika reklamowa i multimedia specjalność: Projektowanie graficzne		Poziom studiów: studia pierwszego stopnia	Język wykładowy: polski
Forma studiów: studia stacjonarne (ST) studia niestacjonarne (NST)	Semestr: 6 (ST) 7 (NST)	Liczba godzin w planie studiów: studia stacjonarne: 30h studia niestacjonarne: 24h	Nakład pracy: Liczba punktów ECTS: 3 Liczba godzin pracy: 75

Miejsce przedmiotu w programie studiów

Przedmiot „Technologie i podłoża drukarskie” pogłębia kompetencje z zakresu druku, które osoby studiujące zdobyły na składowej „Przygotowanie do druku” przedmiotu „Techniki edytorskie 1”. Uzupełnia specjalność Projektowanie graficzne o praktyczną znajomość specyfiki różnych typów druku, technik uszlachetnień, papierów i innych podłoży drukarskich. Zdobyte kompetencje będą też wykorzystane podczas pracy nad dyplomem (w zależności od wyboru tematu przez osobę studiującą).

Efekty uczenia się

Kod kierunkowego efektu uczenia się	Przedmiotowe efekty uczenia się	Weryfikacja efektów uczenia się
GRM1_W03	Student(-ka) w zaawansowanym stopniu zna zasady projektowania przeznaczonego do druku oraz rozumie kluczowe aspekty techniczne związane z przygotowaniem projektu do realizacji właściwe dla takich technik jak offset, sitodruk, druk cyfrowy.	Metoda 1 Metoda 3
GRM1_W06	Student(-ka) zna i rozumie etyczny charakter decyzji związanych z doбором technologii i podłoża dla realizowanych projektów oraz rozpoznaje skalę społecznego i przyrodniczego oddziaływania projektów przewidzianych do druku.	Metoda 2 Metoda 3
GRM1_W11	Student(-ka) w zaawansowanym stopniu zna i rozumie trendy w rozwoju oprogramowania używanego podczas tworzenia projektów do druku, w tym wpływ ciągłego rozwoju tego oprogramowania na przebieg procesu projektowego, metody interakcji z odbiorcą oraz powielania dzieł z zakresu grafiki edytorskiej.	Metoda 1

GRM1_U07	Student(-ka) potrafi dobrać odpowiednie narzędzia analogowego warsztatu artystycznego oraz właściwe narzędzia cyfrowe, w tym właściwe programy komputerowe do przygotowania projektu do druku	Metoda 1
GRM1_U14	Student(-ka) potrafi uwzględnić w procesie projektowym wymogi podwykonawcy druku, a także jako projektant(ka) grafiki użytkowej współpracować ze zleceniodawcą i podwykonawcą w zakresie przygotowywania projektu do druku.	Metoda 1
GRM1_K01	Student(-ka) jest gotów(-owa) do świadomej oraz krytycznej oceny wytycznych otrzymanych od zleceniodawcy i podwykonawcy projektu do druku i na tej podstawie dokonuje skutecznej modyfikacji projektu.	Metoda 1 Metoda 3
GRM1_K02	Student(-ka) jest gotów(-owa) do umiejętnego korzystania z własnej wiedzy na temat technologii drukarskich i przygotowania materiałów do druku oraz konstruktywnej współpracy ze zleceniodawcami i podwykonawcami projektów realizowanych w różnych technikach.	Metoda 1 Metoda 3
GRM1_K08	Student(ka) jest gotów(-owa) do oceny wpływu własnych projektów realizowanych w druku na środowisko społeczne i przyrodnicze oraz do dokonywania samooceny w zakresie etycznego wymiaru tych projektów.	Metoda 2 Metoda 3

Opis i treści programowe

warsztaty

Opis:

Celem zajęć jest realizacja przez osoby studiujące własnych projektów w druku – w ramach zajęć testują różne technologie i podłoża drukarskie, technologie obróbki papieru, poznają różne rodzaje uszlachetnień. Przedmiot uczy, jak projektować z uwzględnieniem ograniczeń technologicznych i budżetowych, jak przewidywać potencjalne problemy związane z realizacją projektu, podnosić efektywność owej realizacji oraz obniżać jej negatywny wpływ na środowisko naturalne.

Treści:

- Zapoznanie z materiałami i urządzeniami dostępnymi w pracowni druku: podłożami, prasą, gilotyną, bindownicą, zszywarką, cyfrową maszyną drukującą; nauka obsługi tych urządzeń, w tym zasady BHP;
- Ocena poprawności pliku do druku względem wymogów podwykonawcy – różne technologie realizacji druku (offset, sitodruk, druk cyfrowy);
- Dobieranie materiału i technologii do realizacji projektu w druku – zgodność materiału z wybraną technologią, możliwości uszlachetnienia, wycena, optymalizacja projektu, aspekty ekologiczne;
- Druk i oprawa wybranego projektu;

Przykładowe ćwiczenia

- W oparciu o przesłane wymogi drukarni oceń, czy otrzymany „plik do druku” jest zgodny z oczekiwaniami podwykonawcy; popraw projekt tak, by nadawał się do druku we wskazanej technologii i z użyciem wskazanego podłoża;
- Zaproponuj 3 warianty podłoży i uszlachetnień dla wybranego projektu opakowania –

rozwiązanie ekskluzywne, rozwiązanie korzystne cenowo, rozwiązanie najbardziej ekologiczne; – Wykonaj drukowane portfolio swoich prac – samodzielny dobór podłoża, technologii druku i uszlachetnień.
<p>Metody dydaktyczne</p> <p>Metody dydaktyczne wspierające osiągnięcie efektów uczenia się oraz działające na rzecz równości i równego zaangażowania wszystkich uczestników.</p> <ul style="list-style-type: none"> – Podawcze: instruktaż, prezentacja – Angażujące: ćwiczenia – Inkluzywne: indywidualne korekty
<p>Literatura obowiązkowa:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kowalczyk, J. (2023). <i>Technologia drukowania</i>. Warszawa: Oficyna Wydawnicza Politechniki Warszawskiej. <p>Literatura uzupełniająca:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Thompson, R. (2012). <i>Graphics and packaging production</i>. London: Thames & Hudson.

Weryfikacja efektów uczenia się		
	Forma weryfikacji	Warunek zaliczenia
Metoda 1	projekty indywidualne - zestaw trzech wymaganych zadań	<ul style="list-style-type: none"> – minimalna liczba punktów konieczna do zaliczenia: 30 – maksymalna liczba punktów do zdobycia: 60
Metoda 2	przeгляд projektów - prezentacja trzech wymaganych zadań w formie portfolio i prezentacja portfolio	<ul style="list-style-type: none"> – minimalna liczba punktów konieczna do zaliczenia: 10 – maksymalna liczba punktów do zdobycia: 20
Metoda 3	konsultacje - aktywne konsultowanie wymaganych zadań	<ul style="list-style-type: none"> – minimalna liczba punktów konieczna do zaliczenia: 11 – maksymalna liczba punktów do zdobycia: 20

Ocena końcowa
<p>Warunkiem uzyskania oceny pozytywnej z przedmiotu jest zdobycie minimalnej liczby punktów określonej dla każdego zadania. Obecność na zajęciach jest obowiązkowa. Ocena z przedmiotu wystawiana jest na podstawie sumy punktów zgodnie z poniższą skalą i progami:</p> <p>91 – 100 punktów oznacza 5 (bardzo dobry) 81 – 90 punktów oznacza 4+ (dobry plus) 71 – 80 punktów oznacza 4 (dobry) 61 – 70 punktów oznacza 3+ (dostateczny plus) 51 – 60 punktów oznacza 3 (dostateczny) poniżej 51 punktów oznacza 2 (niedostateczny), przedmiot musi być powtórzony.</p>

KARTA PRZEDMIOTU

Nazwa przedmiotu: Projektowanie graficzne - warsztaty projektowe 2		Formy: warsztaty	Obligatoryjność: specjalnościowy
Kierunek studiów: Grafika reklamowa i multimedia specjalność: Projektowanie graficzne		Poziom studiów: studia pierwszego stopnia	Język wykładowy: polski
Forma studiów: studia stacjonarne (ST) studia niestacjonarne (NST)	Semestr: 6 (ST, NST)	Liczba godzin w planie studiów: studia stacjonarne: 30h studia niestacjonarne: 24h	Nakład pracy: Liczba punktów ECTS: 2 Liczba godzin pracy: 50

Miejsce przedmiotu w programie studiów

„Projektowanie graficzne – warsztaty projektowe 2” kończy cykl treningu przed rozpoczęciem pracy zawodowej. Osoby studiujące realizują projekty o charakterze wdrożeniowym dla zewnętrznych interesariuszy korzystając z kompetencji zdobytych na przedmiotach kierunkowych i specjalnościowych. „Projektowanie graficzne – warsztaty projektowe 2” jest ukierunkowane na projektowanie na potrzeby promocji w social mediach, ale realizowane dla realnych klientów zadania mają charakter kompleksowy. Przedmiot jest komplementarny dla „Praktyk zawodowych” oraz cyklu „Seminarium dyplomowego”.

Efekty uczenia się

Kod kierunkowego efektu uczenia się	Przedmiotowe efekty uczenia się	Weryfikacja efektów uczenia się
GRM1_U02	Student(ka) potrafi przeanalizować i ocenić wymogi zleceniodawcy projektu z obszaru grafiki użytkowej i na tej podstawie zmodyfikować projekt w celu zapewnienia jego realizacji.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_U04	Student(ka) potrafi, wykorzystując wiedzę z zakresu nauk o komunikacji społecznej i mediach oraz język branżowy, komunikować się z podwykonawcą projektu z zakresu grafiki użytkowej.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_U05	Student(ka) potrafi w oparciu o dostarczone przez zleceniodawcę materiały, brief i dostępne badania określić problemy projektowe związane z zadaniem z zakresu grafiki użytkowej i wygenerować adekwatne rozwiązania o charakterze wdrożeniowym.	Metoda 1

GRM1_U08	Student(ka) potrafi przygotować serię różnorodnych projektów z zakresu grafiki użytkowej dostosowanych do potrzeb użytkownika oraz oczekiwań zleceniodawcy i możliwości technologicznych podwykonawcy.	Metoda 1
GRM1_K11	Student(ka) jest gotowy(-owa) do samodzielnego realizowania projektów z zakresu projektowania graficznego w oparciu o dostarczony brief.	Metoda 1 Metoda 2

Opis i treści programowe

warsztaty

Opis:

W ramach przedmiotu student(ka) zespołowo opracowuje kompleksowe rozwiązanie problemu projektowego w zakresie projektowania graficznego dla wybranego zleceniodawcy (firmy, organizacji, instytucji). Mogą to być elementy wizerunkowe (branding), reklamowe (elementy kampanii promocyjnych lub informacyjnych) lub informacyjne (wayfinding). Poszczególne etapy zadania mają na celu ugruntowanie metodyki pracy projektowej niezbędnej do realizacji projektu dyplomowego i podjęcia pracy w zawodzie projektanta(ki) grafiki użytkowej.

Treści:

1. Ilustracja w Internecie: rola i zastosowanie

- Wykorzystanie ilustracji do prezentowania danych i skomplikowanych informacji w sposób bardziej przystępny i czytelny dla odbiorców. Ilustracje mogą przedstawiać diagramy, wykresy, infografiki czy mapy myśli, które upraszczają odbiór informacji.
- Tworzenie ilustracji, które przyciągają wzrok – od miniatur w artykułach po większe, bardziej szczegółowe grafiki. Zwiększanie atrakcyjności tekstów poprzez kolory i styl.
- Tworzenie spójnego stylu ilustracji, który odzwierciedla wartości marki. Ćwiczenia z identyfikacji kolorystyki i stylu odpowiadających za wizerunek.
- Projektowanie ilustracji dopasowanych do różnych kanałów marketingowych, takich jak social media, banery czy mailingi.

2. Rodzaje kampanii reklamowych w internecie

- Tworzenie skutecznych grafik dla PPC z uwzględnieniem ograniczenia wielkości, stylu oraz czytelności przekazu.
- Kreacja ilustracji dostosowanych do specyfiki platform takich jak Instagram, Facebook, LinkedIn. Praca nad grafikami angażującymi użytkowników.
- Projektowanie efektywnych banerów reklamowych – omówienie zasad kompozycji, wyboru kolorów i prostoty komunikatu.
- Tworzenie ilustracji i elementów wizualnych do newsletterów z zachowaniem umiaru, aby nie obciążać e-maila.
- Projektowanie elementów ilustracyjnych do animacji, omówienie procesów edytowania grafik, które zostaną wykorzystane w ruchomych mediach.

3. Ćwiczenia w tworzeniu formatów w kampaniach reklamowych w mediach społecznościowych

- **Posty graficzne:** proste grafiki, pojedyncze obrazy.
- **Filmy:** krótkie filmy promujące lub informacyjne z animowanymi ilustracjami.

- **Stories:** grafiki lub animacje przeznaczone na relacje, z naciskiem na szybki, chwytliwy przekaz.
- **Streamingi:** elementy ilustracyjne wykorzystywane jako tła, ikony, animacje towarzyszące transmisji na żywo.

4. Ćwiczenie wykorzystania narzędzi analitycznych w procesie projektowania ilustracji.

- Analiza skuteczności wcześniej używanych grafik.

5. Praca z briefem.

- Omówienie krok po kroku całego procesu: od briefingu, przez projektowanie, po ostateczną wersję materiałów do kampanii.

6. Prezentacja prac

- Ćwiczenia z przygotowania krótkiej i efektywnej prezentacji, która przekona klienta do zaakceptowania projektu.

Metody dydaktyczne

- Podawcze: prezentacje dotyczące aspektów teoretycznych omawianych treści i realizowanych ćwiczeń
- Angażujące: uczenie przez doświadczenie, dyskusje, burza mózgów, prezentacje studenckie
- Inkluzywne: konsultacje indywidualne

Literatura obowiązkowa:

1. Lentjes E., Hoeks H. (2017). *Triumf typografii. Kultura, komunikacja, nowe media*, D2D.pl
2. Doliński D. (1998). *Psychologia reklamy*, Aida

Literatura uzupełniająca:

1. Zawojski P. *Nowe media i sztuka nowych mediów w epoce postcyfrowej* w: Rode D., Składanek M., Ożóg M. (2020). *Sztuka ma znaczenie*, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego

Weryfikacja efektów uczenia się

	Forma weryfikacji	Warunek zaliczenia
Metoda 1	Projekt realizowany zespołowo, prezentowany pod koniec semestru przed całą grupą	<ul style="list-style-type: none"> – minimalna liczba punktów konieczna do zaliczenia: 41 – maksymalna liczba punktów do zdobycia: 80
Metoda 2	Konsultacje indywidualne	<ul style="list-style-type: none"> – minimalna liczba punktów konieczna do zaliczenia: 10 – maksymalna liczba punktów do zdobycia: 20

Ocena końcowa

Warunkiem uzyskania oceny pozytywnej z przedmiotu jest zdobycie minimalnej liczby punktów określonej dla każdego zadania. Obecność na zajęciach jest obowiązkowa. Ocena z przedmiotu wystawiana jest na podstawie sumy punktów zgodnie z poniższą skalą i progami:

91 – 100 punktów oznacza 5 (bardzo dobry)

81 – 90 punktów oznacza 4+ (dobry plus)

71 – 80 punktów oznacza 4 (dobry)

61 – 70 punktów oznacza 3+ (dostateczny plus)

51 – 60 punktów oznacza 3 (dostateczny)

poniżej 51 punktów oznacza 2 (niedostateczny), przedmiot musi być powtórzony.

specjalność: Projektowanie doświadczeń użytkownika (UX)

KARTA PRZEDMIOTU			
Nazwa przedmiotu: Wizualizacja danych		Formy: warsztaty	Obligatoryjność: specjalnościowy
Kierunek studiów: Grafika reklamowa i multimedia specjalność: Projektowanie doświadczeń użytkownika (UX)		Poziom studiów: studia pierwszego stopnia	Język wykładowy: polski
Forma studiów: studia stacjonarne (ST) studia niestacjonarne (NST)	Semestr: 6 (ST) 7 (NST)	Liczba godzin w planie studiów: studia stacjonarne: 30h studia niestacjonarne: 24h	Nakład pracy: Liczba punktów ECTS: 3 Liczba godzin pracy: 75

Miejsce przedmiotu w programie studiów

Przedmiot „Wizualizacja danych” bazuje na znajomości podstaw teoretycznych oraz metodologicznych związanych z projektowaniem graficznym, komunikacją wizualną oraz projektowaniem CHI (Computer–Human Interaction, czyli interakcji człowiek–komputer) i UX (User Experience, czyli projektowanie doświadczeń użytkownika), nabytych na m.in. „Wstępie do projektowania doświadczeń użytkownika”, „Architekturze informacji i narzędziach w projektowaniu”, „Psychologii w UX”, „Podstawach komunikacji wizualnej”, „Badaniach w projektowaniu UX” i w szczególności na „Analityce internetowej”. Wiedza i umiejętności nabyte na „Wizualizacji danych” zostaną wykorzystane podczas realizacji wielu projektów, w tym dyplomowego.

Efekty uczenia się

Kod kierunkowego efektu uczenia się	Przedmiotowe efekty uczenia się	Weryfikacja efektów uczenia się
GRM1_W03	Student(-ka) w zaawansowanym stopniu zna i rozumie zasady oraz przebieg procesu wizualizacji danych.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_U02	Student(-ka) potrafi dokonać selekcji, analizy i krytycznej oceny informacji na potrzeby ich wizualizacji i doboru kontekstu ich przedstawienia i narracji wizualnej.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_U03	Student(-ka) potrafi ocenić dobór narzędzi badawczych i analitycznych do formułowania założeń, realizacji i ewaluacji projektów z zakresu wizualizacji danych.	Metoda 1 Metoda 2

GRM1_U05	Student(-ka) potrafi problemowo podejść do wizualizacji danych i w oparciu o wiedzę na temat potrzeb rynku i użytkownika generować rozwiązania o potencjale wdrożeniowym.	Metoda 2
GRM1_U07	Student(-ka) potrafi dobrać i zastosować odpowiednie narzędzia warsztatu służące do analizy i przedstawiania danych do realizacji projektów z zakresu wizualizacji danych.	Metoda 2
GRM1_K01	Student(-ka) jest gotów(-owa) do świadomej oraz krytycznej oceny pozyskanych informacji i na tej podstawie dokonuje świadomych wyborów projektowych w wizualizacji danych, doboru kontekstu ich przedstawienia i narracji wizualnej.	Metoda 2
GRM1_K02	Student(-ka) jest gotów(-owa) do umiejętnego korzystania z własnej wiedzy i doświadczenia oraz konstruktywnej współpracy ze specjalistami również z dyscyplin innych niż sztuki plastyczne i konserwacja dzieł sztuki oraz nauki o komunikacji społecznej i mediach w celu weryfikacji zwizualizowanych danych.	Metoda 2
GRM1_K07	Student(-ka) jest gotów(-owa) do tworzenia społecznie odpowiedzialnej, zrozumiałej i przystępnej w formie prezentacji i wizualizacji danych dostosowanej do możliwości percepcyjnych odbiorcy.	Metoda 2
GRM1_K09	Student(-ka) jest gotów(-owa) do przestrzegania zasad etyki zawodowej projektanta(-ki) poprzez taki dobór środków i narzędzi wizualizacji danych które będą je przedstawiać w sposób obiektywny.	Metoda 2

Opis i treści programowe

Warsztaty

Opis:

Treści:

- Wizualizacja danych jako forma komunikatu wizualnego: omówienie podstawowych pojęć, procesów oraz zależności, w tym psychofizjologii widzenia, istotnych z punktu widzenia budowania skutecznych komunikatów wizualnych.
- Taksonomia form wizualizowania danych: omówienie najpopularniejszych metod reprezentacji różnych rodzajów danych, ich konstrukcji oraz kontekstu użycia.
- Problematyka wizualizacji danych: omówienie podstawowych błędów i manipulacji popełnianych w procesie wizualizacji danych, poruszenie problemu odpowiedzialności projektanta oraz omówienie strategii tworzenia wizualizacji danych.
- Narzędzia wspomagające tworzenie wizualizacji danych: omówienie popularnych narzędzi wspomagających wizualizowanie danych i przetwarzanie danych.
- Wykorzystanie oprogramowania m.in. arkuszy kalkulacyjnych, Tableau.
- Obróbka oraz analiza danych: zrozumienie zależności między danymi oraz nadanie im struktury i formatu umożliwiającego prezentację określonej interpretacji lub umożliwiającą ich eksplorację pod określonym kątem.

Warsztaty skupiają się na przygotowaniu osób studiujących do tworzenia skutecznych wizualizacji danych oraz infografik. Kurs porusza zagadnienia związane z pracą z danymi, w tym ich interpretację oraz przygotowanie do wizualizacji, zagadnienia związane z tworzeniem komunikacji oraz reprezentacji wizualnej danych i informacji. Kurs ma za zadanie zbudowanie świadomości nierozzerwalnego związku pomiędzy danymi, graficznymi elementami wykorzystywanymi do ich reprezentacji, a możliwościami percepcji człowieka. Osoby studiujące uczą się definiowania kontekstu w jakim będzie funkcjonował komunikat, charakteryzowania odbiorcy komunikatu, pracy z danymi, ich pozyskania i przygotowania do wizualizacji oraz ich wizualizacji uwzględniając aktualny stan wiedzy na temat efektywnej wizualizacji danych. Zajęcia praktyczne będą uwzględniały naukę i wykorzystanie specjalistycznego oprogramowania.

- Dobór odpowiedniej narracji, reprezentacji graficznej faktów opisywanych przez dane oraz ich określonej interpretacji.
- Przygotowanie finalnej statycznej lub interaktywnej formy wizualnej danych.

Metody dydaktyczne

Metody dydaktyczne wspierające osiągnięcie efektów uczenia się oraz działające na rzecz równości i równego zaangażowania wszystkich uczestników.

- Podawcze: prezentacja, studium przypadku
- Angażujące: dyskusja, wspólne rozwiązywanie problemu
- Inklusywne: wszystkie realizowane metody dydaktyczne powinny być inkluzywne i możliwie dostosowane do potrzeb osób studiujących

Literatura obowiązkowa:

1. Biecek P. (2016). *Odkrywać! Ujawniać! Objaśnić !*; Wydanie II, SmarterPoland.pl; Warszawa.
2. Nussbaumer C. (2015). *Storytelling danych. Poradnik wizualizacji danych dla profesjonalistów*; OnePress.
3. Salesforce Tableau, *Free Training Videos*, <https://www.tableau.com/learn/training>, dostęp 10.06.2024.

Literatura uzupełniająca

1. Bertin J. (2010). *Semiology of Graphic*; Wydanie angielskojęzyczne; University of Wisconsin Press.
2. Few S. (2012). *Show me the numbers: Designing Tables and Graphs to Enlighten*, Wydanie II, Analytics Press.
3. Kolesár, Z., Mrowczyk, J. (red.), Goszczyńska, J. (tłumaczenie). (2018). *Historia projektowania graficznego*; Karakter; Kraków.
4. Tufte E. (2007). *Beautiful Evidence*, Graphics Press, Wydanie II, Connecticut.
5. Tufte E. (2001). *Envisioning Information*, Graphics Press, Wydanie VIII, Connecticut <http://okhaos.com/tufte.pdf>, dostęp 8.12.2021.
6. Tufte E. (1998). *The Visual Display of Quantitative Information*, Graphics Press, Wydanie XVI, Connecticut.
7. Tufte E. (2000). *Visual Explanations*, Graphics Press, Wydanie IV, Connecticut.
8. Wilkinson L., Wills G. (2005). *The Grammar of Graphics (Statistics and Computing)* Edition 2nd, Wydanie II.

Weryfikacja efektów uczenia się		
	Forma weryfikacji	Warunek zaliczenia
Metoda 1	Kolokwium z pytaniami zamkniętymi i otwartymi	<ul style="list-style-type: none"> – minimalna liczba punktów konieczna do zaliczenia: 20 – maksymalna liczba punktów do zdobycia: 40
Metoda 2	Projekt praktyczny polegający na przygotowaniu wizualizacji danych wskazanych przez osobę prowadzącą	<ul style="list-style-type: none"> – minimalna liczba punktów konieczna do zaliczenia: 31 – maksymalna liczba punktów do zdobycia: 60

Ocena końcowa
<p>Warunkiem uzyskania oceny pozytywnej z przedmiotu jest zdobycie minimalnej liczby punktów określonej dla każdego zadania. Obecność na zajęciach jest obowiązkowa. Ocena z przedmiotu wystawiana jest na podstawie sumy punktów zgodnie z poniższą skalą i progami:</p> <p>91 – 100 punktów oznacza 5 (bardzo dobry) 81 – 90 punktów oznacza 4+ (dobry plus) 71 – 80 punktów oznacza 4 (dobry) 61 – 70 punktów oznacza 3+ (dostateczny plus) 51 – 60 punktów oznacza 3 (dostateczny) poniżej 51 punktów oznacza 2 (niedostateczny), przedmiot musi być powtórzony.</p>

KARTA PRZEDMIOTU

Nazwa przedmiotu: Projektowanie interfejsów użytkownika 4		Formy: warsztaty	Obligatoryjność: specjalnościowy
Kierunek studiów: Grafika reklamowa i multimedia specjalność: Projektowanie doświadczeń użytkownika (UX)		Poziom studiów: studia pierwszego stopnia	Język wykładowy: polski
Forma studiów: studia stacjonarne (ST) studia niestacjonarne (NST)	Semestr: 6 (ST, NST)	Liczba godzin w planie studiów: studia stacjonarne: 30h studia niestacjonarne: 24h	Nakład pracy: Liczba punktów ECTS: 3 Liczba godzin pracy: 75

Składowe przedmiotu

1. Projektowanie interfejsów graficznych 2 (warsztaty), forma stacjonarna - 18h; forma niestacjonarna - 12h
2. Projektowanie układu treści (UX writing) (warsztaty), forma stacjonarna - 12h; forma niestacjonarna - 12h

Miejsce przedmiotu w programie studiów

„Projektowanie interfejsów użytkownika 4” kończy cykl przedmiotów poświęconych temu tematowi. Projektowanie graficzne interfejsów zostaje uzupełnione o „Projektowanie układu treści (UX writing)”. Przedmiot korzysta z kompetencji nabytych w trakcie poprzednich części cyklu, a szczególny nacisk położony jest na wykorzystanie oraz pogłębianie wiedzy i umiejętności pozyskanych na „Projektowaniu uniwersalnym” 1 i 2 oraz „Reklamie i branding”. Komplementarny dla tych warsztatów jest przedmiot „Kompetencje zawodowe”, „International Workshop” oraz cykl „UX – warsztaty projektowe”. Kompetencje zdobyte na przedmiocie będą wykorzystywane i pogłębiane w będą wykorzystywane podczas pracy nad projektem dyplomowym oraz w pracy zawodowej.

Efekty uczenia się		
Kod kierunkowego efektu uczenia się	Przedmiotowe efekty uczenia się	Weryfikacja efektów uczenia się
GRM1_W02	Student(ka) w zaawansowanym stopniu zna i rozumie znaczenie, zasady i metodologię projektowania uniwersalnego dla różnych grup odbiorców w zakresie dostępności aplikacji mobilnych i stron WWW.	Metoda 1 Metoda 2 Metoda 3
GRM1_W05	Student(ka) zna i rozumie ekonomiczne oraz prawne uwarunkowania tworzenia i implementacji projektów interfejsów dostępnych oraz potrafi generować rozwiązania o potencjale wdrożeniowym.	Metoda 1 Metoda 2 Metoda 3
GRM1_U03	Student(ka) potrafi ocenić, czy narzędzia badawcze i analityczne wybrane na potrzeby przygotowywania interfejsu pozwalają na zdiagnozowanie potrzeb różnych grup użytkowników i w konsekwencji zwiększenie dostępności projektowanego interfejsu.	Metoda 1 Metoda 2 Metoda 3
GRM1_U04	Student(ka) potrafi efektywnie się komunikować przy pomocy poprawnie realizowanych komunikatów z zakresu UX writingu z odbiorcami projektów, w tym również z osobami ze szczególnymi potrzebami.	Metoda 3
GRM1_U05	Student(ka) potrafi wykorzystywać wiedzę na temat potrzeb różnych grup użytkowników podczas przeprowadzania procesu projektowania interfejsu, dzięki czemu jest w stanie przygotować dostępne interfejsy o potencjale wdrożeniowym.	Metoda 1 Metoda 2 Metoda 3
GRM1_K01	Student(ka) jest gotów(-owa) do świadomej oraz krytycznej oceny pozyskanych informacji i na tej podstawie dokonuje świadomych wyborów w procesie formułowania treści (UX writing) dostosowane do potrzeb użytkownika interfejsu.	Metoda 3
GRM1_K02	Student(ka) jest gotów(-owa) do umiejętnego korzystania z własnej wiedzy i doświadczenia oraz konstruktywnej współpracy z UX writerami i osobami ze szczególnymi potrzebami podczas projektowania interfejsów.	Metoda 1 Metoda 2 Metoda 3
GRM1_K04	Student(ka) jest gotów(-owa) do podejmowania działań na rzecz środowiska społecznego w postaci zapewnienia dostępności interfejsów, a co za tym idzie dostępności usług, których te interfejsy dotyczą.	Metoda 1 Metoda 2 Metoda 3
GRM1_K07	Student(ka) jest gotów(-owa) do tworzenia dostępnych, zrozumiałych i przystępnych dla osób ze szczególnymi potrzebami interfejsów użytkownika.	Metoda 1 Metoda 2 Metoda 3
GRM1_K11	Student(ka) jest gotów(-owa) do samodzielnej realizacji niezależnych projektów z zakresu projektowania dostępnych interfejsów graficznych użytkownika w oparciu o poprawnie przeprowadzony proces projektowy.	Metoda 1 Metoda 2 Metoda 3

Opis i treści programowe

warsztaty - Projektowanie interfejsów graficznych 2

Opis:

„Projektowanie Interfejsów Graficznych 4” koncentruje się na zaawansowanych technikach projektowania graficznego, z naciskiem na adaptacyjność, responsywność i dostępność graficznych interfejsów użytkownika. Studenci pogłębiają wiedzę z zakresu tworzenia spójnych systemów designu, integracji mikrointerakcji oraz zapewnienia dostępności i inkluzywności w projektach. Warsztaty mają na celu rozwinięcie zaawansowanych umiejętności projektowania interfejsów, które są estetycznie, funkcjonalne i dostosowane do potrzeb różnych grup użytkowników.

Treści:

Projektowanie dostępnych treści cyfrowych i interfejsów użytkownika

- wprowadzenie do dostępności: znaczenie dostępności, przepisy i standardy (np. WCAG),
- omówienie zmian prawnych i ich wpływu na wycenę projektu związanych z dostępnością cyfrową
- zasady projektowania dostępnych interfejsów: Postrzegalność, funkcjonalność, zrozumiałość, solidność,
- tworzenie dostępnych treści: przygotowywanie alternatywnych opisów, zapewnianie dostępności multimediów, opracowywanie struktury dokumentów,
- projektowanie nawigacji i interakcji: obsługa klawiatury, czytniki ekranu, intuicyjna nawigacja,
- kolor i kontrast: dobór kolorów i testy kontrastu,
- formularze i elementy interaktywne: dbanie o dostępność pól formularzy, walidacja przyjazna dla użytkownika,
- zasoby i narzędzia: omówienie przydatnych narzędzi, dostępności bibliotek i frameworków
- studium przypadku: wybrane przykłady aplikacji dostępnych.

Testowanie dostępności z użytkownikiem

- testowanie dostępności z użytkownikiem ze szczególnymi potrzebami,
- testowanie dostępności aplikacji przy pomocy ekranowego symulatora niepełnosprawności wzroku.

Metody dydaktyczne

Metody dydaktyczne wspierające osiągnięcie efektów uczenia się oraz działające na rzecz równości i równego zaangażowania wszystkich uczestników.

- Podawcze: prezentacja multimedialna, studium przypadku
- Angażujące: zadania praktyczne, projekt zespołowy, konsultacje zespołowe, dyskusja, wspólne rozwiązywanie problemu
- Inkluzywne: konsultacje indywidualne dotyczące przygotowywanych projektów

Literatura obowiązkowa:

1. Dziegłowski M. (b.d.). *Badanie doświadczeń użytkownika w projektowaniu stron internetowych i aplikacji mobilnych*.
<https://dostepni.uken.krakow.pl/artykuly/badanie-doswiadczen-uzytownika-w-projektowaniu-stron-internetowych-i-aplikacji-mobilnych/>.

2. Kuang C., Fabricant R. (2022). *User Friendly. Jak niewidoczne zasady projektowania zmieniają nasze życie, pracę i rozrywkę*. Karakter [fragmenty wskazane przez osobę prowadzącą].
3. Zajdel A. (2022). Doświadczenie. Niedostępna dostępność. *Formy XYZ* Nr 12.

Literatura uzupełniająca:

1. USTAWA z dnia 4 kwietnia 2019 r. o dostępności cyfrowej stron internetowych i aplikacji mobilnych podmiotów publicznych.
2. USTAWA z dnia 26 kwietnia 2024 r. o zapewnianiu spełniania wymagań dostępności niektórych produktów i usług przez podmioty gospodarcze.

warsztaty - Projektowanie układu treści (UX writing)

Opis:

„Projektowanie Układu Treści (UX Writing)” to warsztaty koncentrujące się na tworzeniu treści dla interaktywnych interfejsów użytkownika, z naciskiem na jasność, przystępność i przekonującą komunikację. Kurs ten uczy studentów, jak tworzyć treści, które poprawiają użyteczność interfejsów, angażują użytkowników oraz wspierają cele biznesowe. Moduł obejmuje techniki pisania UX, tworzenie spójnego głosu marki oraz integrację treści z procesem projektowym.

Treści:

Podstawy UX Writing:

- definicja i znaczenie UX Writing w projektowaniu interakcji,
- rola tekstów w interfejsach użytkownika.

Tworzenie jasnych i przystępnych treści:

- pisanie zrozumiałych i zwięzłych komunikatów,
- ćwiczenie technik unikania żargonu i skomplikowanego języka.

Tworzenie przekonujących komunikatów:

- pisanie angażujących nagłówek, przycisków CTA (Call to Action) i komunikatów błędów,
- wykorzystanie storytellingu w UX Writing.

Adaptacja tonu i stylu:

- dopasowywanie tonu i stylu komunikacji do różnych platform i grup odbiorców,
- tworzenie spójnego głosu marki w interfejsach użytkownika.

Integracja UX Writing z procesem projektowym:

- współpraca z projektantami UI/UX i programistami,
- praca z narzędziami do zarządzania treścią i prototypowania.

Przykładowe ćwiczenia:

- pisanie treści dla aplikacji mobilnej: tworzenie tekstów dla interfejsu aplikacji edukacyjnej, w tym nagłówek, przycisków i komunikatów błędów,
- redesign komunikatów interfejsu: analiza istniejących komunikatów w interfejsie strony internetowej lub aplikacji i proponowanie ulepszeń,
- tworzenie scenariusza storytellingowego: projektowanie narracji dla interaktywnego doświadczenia użytkownika, która angażuje i motywuje do działania.

Metody dydaktyczne

Metody dydaktyczne wspierające osiągnięcie efektów uczenia się oraz działające na rzecz równości i równego zaangażowania wszystkich uczestników.

- Podawcze: prezentacja multimedialna, studium przypadku

- Angażujące: zadania praktyczne, projekt zespołowy, konsultacje zespołowe, dyskusja, wspólne rozwiązywanie problemu
- Inkluzywne: konsultacje indywidualne dotyczące przygotowywanego zadania

Literatura obowiązkowa:

1. Aleksander W. (2023), *Moc języka w produktach cyfrowych*, OnePress, Gliwice
2. *Writing for Web Accessibility* – <https://www.w3.org/WAI/tips/writing/>

Literatura uzupełniająca:

1. Fenton N., K. Lee.(2014). *Nicely Said: Writing for the Web with Style and Purpose*. New Riders.
2. Pinker S. (2015). *Piękny styl, Smak Słowa*.
3. Podmajersky T. (2019). *Strategic Writing for UX: Drive Engagement, Conversion, and Retention with Every Word*, O'Reilly Media.
4. Rogers T., J. Lasky-Fink (2024). *Sztuka skutecznego pisania*. PWN. Tyrkiel K. (b.d.). *Web design for neurodiversity: Creating a more inclusive web*
<https://www.wix.com/studio/blog/what-is-neurodiversity-in-web-design>.
5. Yifrah K. (2019). *Microcopy: The Complete Guide*. Nemala.

Weryfikacja efektów uczenia się

	Forma weryfikacji	Warunek zaliczenia
Metoda 1	projekt praktyczny: dostępny interfejs użytkownika	<ul style="list-style-type: none"> – minimalna liczba punktów konieczna do zaliczenia: 25 – maksymalna liczba punktów do zdobycia: 50
Metoda 2	przegląd projektów praktycznych w obecności studentów	<ul style="list-style-type: none"> – minimalna liczba punktów konieczna do zaliczenia: 15 – maksymalna liczba punktów do zdobycia: 30
Metoda 3	zadanie praktyczne z zakresu UX writing	<ul style="list-style-type: none"> – minimalna liczba punktów konieczna do zaliczenia: 11 – maksymalna liczba punktów do zdobycia: 20

Ocena końcowa

Warunkiem uzyskania oceny pozytywnej z przedmiotu jest zdobycie minimalnej liczby punktów określonej dla każdego zadania. Obecność na zajęciach jest obowiązkowa. Ocena z przedmiotu wystawiana jest na podstawie sumy punktów zgodnie z poniższą skalą i progami:

91 – 100 punktów oznacza 5 (bardzo dobry)

81 – 90 punktów oznacza 4+ (dobry plus)

71 – 80 punktów oznacza 4 (dobry)

61 – 70 punktów oznacza 3+ (dostateczny plus)

51 – 60 punktów oznacza 3 (dostateczny)

poniżej 51 punktów oznacza 2 (niedostateczny), przedmiot musi być powtórzony.

KARTA PRZEDMIOTU

Nazwa przedmiotu: UX - warsztaty projektowe 2		Formy: warsztaty	Obligatoryjność: specjalnościowy
Kierunek studiów: Grafika reklamowa i multimedia specjalność: Projektowanie doświadczeń użytkownika (UX)		Poziom studiów: studia pierwszego stopnia	Język wykładowy: polski
Forma studiów: studia stacjonarne (ST) studia niestacjonarne (NST)	Semestr: 6 (ST, NST)	Liczba godzin w planie studiów: studia stacjonarne: 30h studia niestacjonarne: 24h	Nakład pracy: Liczba punktów ECTS: 2 Liczba godzin pracy: 50

Miejsce przedmiotu w programie studiów

Przedmiot „UX – Warsztaty projektowe 2” kończy cykl warsztatów projektowania we współpracy z klientami – głównie organizacjami pożytku publicznego. Jest kontynuacją przedmiotu „UX – Warsztaty projektowe 1”, a powstałe efekty wzbogacają portfolio osób studiujących. Przedmiot stanowi istotne wsparcie cyklu praktyk zawodowych, ale różni się od nich tempem pracy, które w wypadku tych warsztatów podporządkowane jest potrzebie utrwalenia wiedzy i umiejętności pozyskanych przez osoby studenckie w dotychczasowym toku studiów. Kompetencje zdobyte na tych warsztatach wspierają rozwój kariery osób studiujących i uzupełniają treści cyklu „Seminariów dyplomowych”.

Efekty uczenia się

Kod kierunkowego efektu uczenia się	Przedmiotowe efekty uczenia się	Weryfikacja efektów uczenia się
GRM1_W12	Student(ka) w zaawansowanym stopniu zna szeroki kontekst społeczny, rynkowy i polityczny realizowanej pracy własnej z zakresu interaktywnego, a także rozumie relacje i zależności między procesem projektowym a teoriami właściwymi dla dizajnu oraz nauk o komunikacji społecznej i mediach.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_U01	Student(ka) potrafi wykorzystywać posiadaną wiedzę z zakresu teorii i praktyki projektowania do zaplanowania i poprowadzenia procesu projektowego biorąc pod uwagę wytyczne i oczekiwania zlecniodawcy.	Metoda 1 Metoda 2

GRM1_U02	Student(ka) potrafi przeanalizować i ocenić wymogi podwykonawcy projektu i na tej podstawie zmodyfikować projekt w celu zapewnienia jego realizacji.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_U03	Student(ka) potrafi ocenić dobór narzędzi badawczych i analitycznych do ewaluacji projektów dostosowanych do wymagań i możliwości zleceniodawcy.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_U05	Student(ka) potrafi w oparciu o dostarczone przez zleceniodawcę materiały, informacje i dostępne badania potrafi określić problemy projektowe związane z zadaniem, i wygenerować adekwatne rozwiązania o charakterze wdrożeniowym.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_U10	Student(ka) potrafi efektywnie komunikować się tłumacząc zleceniodawcy skróty myślowe wynikające z języka branżowego.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_U14	Student(ka) potrafi planować, organizować i dostosować do wymogów zleceniodawcy indywidualny proces projektowy, a także jako projektant(ka) grafiki interaktywnej współdziałać w zespole interdyscyplinarnym.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_K03	Student(ka) jest gotów(-owa) do świadomego korzystania z własnej wyobraźni i intuicji, emocjonalności i zdolności do twórczego myślenia w trakcie realizacji i prezentowania projektów zgodnych z oczekiwaniami odbiorcy, zleceniodawcy.	Metoda 2
GRM1_K06	Student(ka) posiada doświadczenie we współpracy z klientem a zatem jest gotów(-owa) do myślenia i działania w sposób przedsiębiorczy w obszarze grafiki interaktywnej oraz komunikacji społecznej.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_K11	Student(ka) jest gotowy(-owa) do samodzielnego realizowania zadań z zakresu projektowania interaktywnego w oparciu o poprawnie przeprowadzony proces projektowy w toku współpracy ze zleceniodawcą.	Metoda 1 Metoda 2

Opis i treści programowe

Warsztaty

Opis:

W ramach warsztatów projektowych studenci realizują projekty dla realnych klientów (z którymi uczelnia nawiązała kontakt), najczęściej są to organizacje typu NGO takie jak: fundacje, stowarzyszenia, itp. Podczas kursu studenci samodzielnie kontaktują się klientami, samodzielnie wspólnie z organizacją definiują cel projektu, w taki sposób, aby swoim klientom dostarczyć określoną wartość, a także samodzielnie planują i realizują proces badawczy i projektowy, którego zakres jest dostosowany do obranego celu.

W ramach zajęć studenci i studentki mają możliwość usystematyzowania i wykorzystania wiedzy nabytej w toku studiów, mierzenia się z problematyką współpracy z realnymi klientami oraz w zespole projektowym, którego cele i sposoby działania nie są definiowane przez prowadzącego – swego rodzaju zderzenie z praktyką i „prawdziwym” projektowaniem – a co za tym idzie kształtowanie swojej samodzielności i dojrzałości jako projektowej.

Wartością dodaną jest współpraca studentów z organizacjami pożytku publicznego co daje

przestrzeń do kształtowania prospołecznych postaw, a dla organizacji realną wartość, która poprawi funkcjonowanie tej organizacji. Finalnie zespoły mają podsumować realizowane projekty oraz ich efekty w ramach kilkuminutowego materiału.

Rolą osoby prowadzącej prowadzącego zajęcia jest monitorowanie postępów i moderowanie pracy grup, pilnowanie możliwie wysokiej jakości pracy i wsparcie merytoryczne zespołów. Prowadzący powinien wskazywać możliwe konsekwencje podejmowanych decyzji, wskazywać różne kierunki rozwoju projektów, którymi zespoły mogą podążać oraz narzędzia i metody, które w tym pomogą jednak nie powinna podejmować decyzji za zespoły.

Opis semestru „Warsztaty projektowe 2”

Warsztaty projektowe 2 to drugi z dwóch semestrów kursu. W tym semestrze studenci kontynuują współpracę z organizacjami rozpoczętą w poprzednich semestrach. Na tym etapie powinno studenci powinni zamknąć etap odkrywania i skupić się na finalizowaniu prac projektowo-badawczych oraz ewaluacji swoich rozwiązań (o ile ewaluacja na tym etapie jest uzasadniona i zaplanowana). Ostatnim etapem zespołów jest wykonanie prezentacji całego projektu w formie materiału wideo dedykowanego potencjalnemu inwestorowi tzw. *video-pitch*.

Treści:

1. Praca projektowa

- Kontynuowanie realizowania działań w zakresie etapów: odkrywania, definiowania problemów projektowych, ideacji (modelowanie rozwiązań) i ich ewaluacji – w zależności od zdefiniowanych potrzeb i celów, które zespół chce osiągnąć
- Finalizowanie procesu projektowego w zakresie – opracowanie finalnych rozwiązań i artefaktów
- Regularny kontakt i współpraca z klientem (m.in. definiowanie celów, omawianie postępów, weryfikowanie efektów i rozwiązań)

2. Praca na zajęciach

- Omawianie zagadnień wybranych przez prowadzącego pomocnych przy rozwiązywaniu bieżących wyzwań zespołów realizujących projekty
- Konsultacje postępów w realizacji projektów z prowadzącym(-ą) zajęcia
- Planowanie i omawianie kolejnych działań zespołów
- Monitorowanie pracy grupowej w zespołach
- Dyskusja między zespołami o bieżących problemach projektowych

3. Opracowanie prezentacji projektów

- Omówienie dobrych praktyk opracowywania *pitchingu*, wraz ze studium przypadku
- Przygotowanie i konsultacje planu prezentacji (np. scenariusz, storyboard)
- Przygotowanie materiału wideo promującego projekt tzw. *video-pitch*
- Prezentacje podsumowujące projekt i dyskusja

Metody dydaktyczne

Metody dydaktyczne wspierające osiągnięcie efektów uczenia się oraz działające na rzecz równości i równego zaangażowania wszystkich uczestników.

- Podawcze: prezentacje, studium przypadku
- Angażujące: praktyczny projekt zespołowy, współpraca z zewnętrznym klientem, dyskusja w grupie, retrospektywy, działania warsztatowe, prezentacja projektów
- Inkluzywne: indywidualne korekty

Literatura obowiązkowa:

1. Greever T. (2017), Projekt doskonały. Zadbaj o komunikację z klientem, wysoki poziom UX i zdrowy rozsadek, Helion, Gliwice
2. Levy J. (2017), Strategia UX: jak tworzy innowacyjne produkty cyfrowe, które spotkają się z uznaniem na rynku, Helion Gliwice
3. Szóstek. A. (2022), Strategia Umami. Jak połączyć biznes z projektowaniem doświadczeń i wyróżnić się na rynku, MT biznes Warszawa

Literatura uzupełniająca:

1. Brown T. (2013), Zmiana przez design: jak design thinking zmienia organizacje i pobudza innowacyjność, Libron Kraków
2. Monteiro M., Design is a job, A Book Apart 2012
3. Papanek V (2023)., Dizajn dla realnego świata, d2d, Kraków
4. Mościchowska, I., Rogoś-Turek, B (2020). *Badania jako podstawa projektowania UX*. PWN, Warszawa.

Weryfikacja efektów uczenia się

	Forma weryfikacji	Warunek zaliczenia
Metoda 1	Projekt zespołowy	– minimalna liczba punktów konieczna do zaliczenia: 31 – maksymalna liczba punktów do zdobycia: 60
Metoda 2	Prezentacja z dyskusją	– minimalna liczba punktów konieczna do zaliczenia: 20 – maksymalna liczba punktów do zdobycia: 40

Ocena końcowa

Warunkiem uzyskania oceny pozytywnej z przedmiotu jest zdobycie minimalnej liczby punktów określonej dla każdego zadania. Obecność na zajęciach jest obowiązkowa. Ocena z przedmiotu wystawiana jest na podstawie sumy punktów zgodnie z poniższą skalą i progami:

91 – 100 punktów oznacza 5 (bardzo dobry)

81 – 90 punktów oznacza 4+ (dobry plus)

71 – 80 punktów oznacza 4 (dobry)

61 – 70 punktów oznacza 3+ (dostateczny plus)

51 – 60 punktów oznacza 3 (dostateczny)

poniżej 51 punktów oznacza 2 (niedostateczny), przedmiot musi być powtórzony.

specjalność: Multimedia

KARTA PRZEDMIOTU

Nazwa przedmiotu: Wprowadzenie do pracy w środowisku wirtualnym 2		Formy: warsztaty	Obligatoryjność: specjalnościowy
Kierunek studiów: Grafika reklamowa i multimedia specjalność: Multimedia		Poziom studiów: studia pierwszego stopnia	Język wykładowy: polski
Forma studiów: studia stacjonarne (ST) studia niestacjonarne (NST)	Semestr: 6 (ST, NST)	Liczba godzin w planie studiów: studia stacjonarne: 30h studia niestacjonarne: 24h	Nakład pracy: Liczba punktów ECTS: 3 Liczba godzin pracy: 75

Miejsce przedmiotu w programie studiów

„Wprowadzenie do pracy w środowisku wirtualnym 2” jest kontynuacją przedmiotu „Wprowadzenie do pracy w środowisku wirtualnym 1” i pogłębia umiejętności z zakresu posługiwania się najnowszymi technologiami w tworzeniu wirtualnej rzeczywistości – VR oraz rozszerzonej rzeczywistości (AR). Korzysta też z kompetencji pozyskanych na cyklu „Projektowanie interakcji” oraz na przedmiotach „Narzędzia do pracy w 3D” i „Animacja 3”. Jego treści w programie specjalności Multimedia są komplementarne dla bloków przedmiotów związanych z tworzeniem animacji i filmu. Zdobyte kompetencje mogą być wykorzystane – w zależności od wyboru osoby studiującej – podczas pracy nad projektem dyplomowym.

Efekty uczenia się

Kod kierunkowego efektu uczenia się	Przedmiotowe efekty uczenia się	Weryfikacja efektów uczenia się
GRM1_W11	Student(ka) zna i rozumie zaawansowane trendy technologiczne związane z projektowaniem środowisk VR, AR i XR, ich wpływ na proces projektowania i sposoby interakcji z użytkownikami, a także metody optymalizacji i wyświetlania aplikacji immersyjnych przy użyciu silników takich jak Unreal Engine.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_U01	Student(ka) potrafi wykorzystać posiadaną wiedzę i umiejętności do zaplanowania i przeprowadzenia złożonego procesu projektowego w zakresie VR/AR/XR, integrując modelowanie, programowanie oraz optymalizację środowisk wirtualnych.	Metoda 1

GRM1_U02	Student(ka) potrafi selekcjonować, analizować i krytycznie oceniać informacje, wybierając te, które są przydatne podczas realizacji zaawansowanych projektów VR/AR, szczególnie pod kątem optymalizacji i interaktywności.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_U09	Student(ka) potrafi rozwijać swój warsztat projektowy poprzez eksperymentowanie z nowoczesnymi narzędziami i technologiami, co umożliwia realizację zróżnicowanych koncepcji projektowych, uwzględniających różnorodność doświadczeń użytkownika i zaawansowaną immersję.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_K01	Student(ka) jest gotów(-a) do krytycznej oceny pozyskanych informacji oraz świadomego podejmowania decyzji projektowych, uwzględniając potencjalne wyzwania, możliwości i ograniczenia technologiczne w obszarze VR/AR.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_K03	Student(ka) jest gotów(-a) do wykorzystywania własnej wyobraźni, intuicji oraz zdolności do twórczego myślenia podczas pracy nad projektami VR/AR/XR, a także do elastycznego reagowania zmienne warunki projektowe i utrzymywania przy tym wysokiej jakości oraz spójność tworzonych doświadczeń immersyjnych.	Metoda 1 Metoda 2

Opis i treści programowe

warsztaty

Opis:

Celem przedmiotu „Wprowadzenie do pracy w środowisku wirtualnym 2” jest rozwinięcie umiejętności projektowania, programowania i optymalizacji środowisk VR, AR i XR. Studenci będą pracować nad bardziej złożonymi projektami indywidualnymi i grupowymi wymagającymi zastosowania wszystkich nabytych umiejętności, integrując różne aspekty pracy w środowisku wirtualnym, w tym modelowanie, włączając programowanie, interaktywność i optymalizację w silnikach aplikacji. Zajęcia mają charakter warsztatowy i koncentrują się na eksploracji najnowszych narzędzi i technologii stosowanych w obszarze VR/AR do budowania immersyjnych doświadczeń z wykorzystaniem oprogramowania Unreal Engine.

Treści:

- Dyskusje na temat przyszłości technologii VR/AR i ich potencjalnych zastosowań.
- Eksploracja przestrzeni i możliwości silnika Unreal Engine.
- Przedstawienie zasad pracy w przestrzeni Unreal Engine.
- Przedstawienie zadań semestralnych na temat tworzenia immersyjnych, interaktywnych przestrzeni opartych o narracje technologii VR i AR.
- W ramach realizacji zadania tworzenie interaktywnych scenariuszy projektów semestralnych dla technologii VR i AR.
- Wykorzystywanie dodatkowo innych niż wizualne zmysłowych elementów do budowania immersyjnych doświadczeń w ramach ćwiczeń realizacji przestrzeni XR.
- Przygotowanie multimedialnej prezentacji projektu przedstawiającej proces projektowy, wizję, opis koncepcji oraz techniczne aspekty pracy pod kątem wykorzystania technologii VR, AR i XR.
- Prezentacja zrealizowanych projektów w wirtualnej rzeczywistości.

Metody dydaktyczne

Metody dydaktyczne wspierające osiągnięcie efektów uczenia się oraz działające na rzecz równości i równego zaangażowania wszystkich uczestników.

- Podawcze: demonstracje, prezentacje dotyczące treści zajęć
- Angażujące: projekty warsztatowe z użyciem specjalistycznego sprzętu i oprogramowania, praca projektowa, uczenie przez doświadczenie, research, konsultacje z prowadzącym oraz wsparcie techniczne podczas realizacji projektów

Literatura obowiązkowa:

1. Jerald, J. (2015). *The VR Book: Human-Centered Design for Virtual Reality*, ACM Books
2. Craig, A. B. (2013). *Understanding Augmented Reality: Concepts and Applications*, Morgan Kaufmann
3. Greengard, S. (2019). *Virtual Reality*, MIT Press Ltd

Literatura uzupełniająca:

1. Hale, K. S., Stanney, K. M. (2014). *Handbook of Virtual Environments: Design, Implementation and Applications*, CRC Press
2. Lebamovski, P. (2023). *3D Technology: 3D Modelling, Virtual Reality and Applications*, OmniScriptum
3. Tutoriale i materiały online dostępne w ramach platformy Unity/Unreal Engine.

Weryfikacja efektów uczenia się

	Forma weryfikacji	Warunek zaliczenia
Metoda 1	projekt semestralny oparty na realizacji interaktywnych przestrzeni opartych o narracje technologii VR i AR	<ul style="list-style-type: none">– minimalna liczba punktów konieczna do zaliczenia: 31– maksymalna liczba punktów do zdobycia: 60
Metoda 2	multimedialna prezentacja projektu przedstawiająca proces projektowy, wizje, opis koncepcji oraz techniczne aspekty pracy.	<ul style="list-style-type: none">– minimalna liczba punktów konieczna do zaliczenia: 20– maksymalna liczba punktów do zdobycia: 40

Ocena końcowa

Warunkiem uzyskania oceny pozytywnej z przedmiotu jest zdobycie minimalnej liczby punktów określonej dla każdego zadania. Obecność na zajęciach jest obowiązkowa. Ocena z przedmiotu wystawiana jest na podstawie sumy punktów zgodnie z poniższą skalą i progami:

91 – 100 punktów oznacza 5 (bardzo dobry)

81 – 90 punktów oznacza 4+ (dobry plus)

71 – 80 punktów oznacza 4 (dobry)

61 – 70 punktów oznacza 3+ (dostateczny plus)

51 – 60 punktów oznacza 3 (dostateczny)

poniżej 51 punktów oznacza 2 (niedostateczny), przedmiot musi być powtórzony.

KARTA PRZEDMIOTU

Nazwa przedmiotu: Postprodukcja filmowa		Formy: warsztaty	Obligatoryjność: specjalnościowy
Kierunek studiów: Grafika reklamowa i multimedia specjalność: Multimedia		Poziom studiów: studia pierwszego stopnia	Język wykładowy: polski
Forma studiów: studia stacjonarne (ST) studia niestacjonarne (NST)	Semestr: 6 (ST) 7 (NST)	Liczba godzin w planie studiów: studia stacjonarne: 30h studia niestacjonarne: 24h	Nakład pracy: Liczba punktów ECTS: 3 Liczba godzin pracy: 75

Miejsce przedmiotu w programie studiów

„Postprodukcja filmowa” zamyka grupę przedmiotów poświęconą tworzeniu filmu. Poprzedzają ją liczne przedmioty, począwszy od „Wstępu do produkcji filmowej” z semestru 2., poprzez cykl „Produkcja filmowa” aż po cykl „Montaż filmowy”. Na specjalności Multimedia grupa przedmiotów poświęcona tworzeniu filmu jest komplementarna dla bloku dedykowanego animacji oraz technologiom VR i AR. Zwieńczeniem cyklu związanego z tworzeniem filmu jest możliwość wybrania filmowej pracowni dyplomowej, a zdobyte umiejętności są wykorzystywane również w ramach cyklu „Multimedia – warsztaty projektowe” oraz w trakcie praktyk.

Efekty uczenia się

Kod kierunkowego efektu uczenia się	Przedmiotowe efekty uczenia się	Weryfikacja efektów uczenia się
GRM1_W04	Student(ka) w zaawansowanym stopniu zna zasady doboru właściwej stylistyki dla obrazu filmowego w oparciu o własną wrażliwość oraz charakter przygotowywanego materiału, a także rozumie, na czym polega koherencja materiału filmowego.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_W11	Student(ka) zna i rozumie dynamicznie zmieniające się środowisko postprodukcji filmowej, zna narzędzia oraz trendy w postprodukcji filmowej.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_U02	Student(ka) potrafi dobierać kluczowe ujęcia, oceniać ich jakość i spójność wizualną, a także stosować odpowiednie techniki postprodukcyjne, aby finalny projekt spełniał określone cele estetyczne i funkcjonalne.	Metoda 1 Metoda 2

GRM1_U04	Student(ka) potrafi podczas pracy w grupie nad zagadnieniem postprodukcyjnym efektywnie komunikować się, uwzględniając również kontekst społeczny projektu.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_U07	Student(ka) potrafi właściwie dobrać narzędzia do zadań postprodukcyjnych oraz ocenić zakres czynności niezbędnych do opracowania wymagających ujęć.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_U08	Student(ka), korzystając z wyobraźni, intuicji i emocjonalności, potrafi proponować wielorakie, stylowo zróżnicowane i dostosowane do specyfiki projektu rozwiązania wizualne z zakresu postprodukcji filmowej, w tym dotyczące kolorystyki i ogólnego klimatu projektowanego materiału.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_K11	Student(ka) jest gotów(-owa) do realizacji niezależnych zadań postprodukcyjnych w oparciu o dostarczony materiał filmowy.	Metoda 1 Metoda 2

Opis i treści programowe
warsztaty
<p>Opis: Zajęcia w formie warsztatów skupiają się na poznawaniu narzędzi postprodukcji i samodzielnych ćwiczeniach praktycznych na zastanych i przygotowanych treściach (profesjonalne nagrania multimedialne, sceny z filmów i etiud). Prowadzący prowadzi warsztat w oparciu o nowoczesne techniki postprodukcyjne, w tym wykorzystujące sztuczną inteligencję. W trakcie zajęć osoby studiujące zapoznają się z technikami postprodukcji w pakiecie ADOBE (AE, Premiere, Photoshop) oraz z innymi programami (poglądowo). Wykonują zadania na treściach dla użytkowników, uczą się również pracy grupowej nad wymagającymi projektami.</p>
<p>Treści</p> <p>Wprowadzenie do postprodukcji obrazu</p> <ul style="list-style-type: none"> – omówienie roli postprodukcji w produkcji wideo, – przegląd narzędzi i oprogramowania (Adobe Photoshop, After Effects i inne). <p>Color grading i korekcja koloru</p> <ul style="list-style-type: none"> – omówienie teorii koloru i jej znaczenia w narracji – ćwiczenia dotyczące technik korekcji koloru, w tym: <ul style="list-style-type: none"> – tworzenie masek kolorystycznych i ich tracking, – właściwa interpretacja barwy przy użyciu narzędzi monitorujących, – color grading plików RAW i logarytmicznych. <p>Retusz i korekcja obrazu</p> <ul style="list-style-type: none"> – techniki retuszu, – różnice między korekcją a edycją, – ćwiczenia dotyczące maskowania, klonowania, usuwanie wad. <p>Interpretacja skintone i separacja barw</p> <ul style="list-style-type: none"> – ćwiczenie właściwego interpretowania odcieni skóry, – praca z technikami separacji barw dla uzyskania harmonijnego obrazu, – aplikowanie LUT i dostosowywanie ich do specyficznych potrzeb projektu, – interpretacja poziomów kolorów i właściwe ich dopasowywanie.

Efekty wizualne (VFX)

- omówienie podstawowych efektów wizualnych,
- tworzenie prostych efektów wizualnych przy użyciu After Effects,
- omówienie i ćwiczenie technik montażu online i przykładowych efektów specjalnych.

Praca z RAW i przetwarzanie obrazu

- praca z materiałem w formacie RAW,
- ćwiczenia dotyczące przetwarzania i eksportu materiału.

Stylizacja obrazu

- omówienie i ćwiczenie różnych technik stylizacji,
- stosowanie filtrów i efektów specjalnych.

Integracja Adobe Premiere z After Effects

- praca w środowisku kolaboracyjnym,
- efektywna wymiana danych między programami,
- integrowanie pakietu Adobe z innymi potencjalnymi narzędziami,
- ćwiczenia dotyczące poprawnego eksportu plików finalnych (mxr, DCP).

Metody dydaktyczne

Metody dydaktyczne wspierające osiągnięcie efektów uczenia się oraz działające na rzecz równości i równego zaangażowania wszystkich uczestników.

- **Podawcze:** prezentacja multimedialna dotycząca treści, w tym teoretycznych, poruszanych podczas zajęć
- **Angażujące:** krótkie zadania na czas, realizacja indywidualnych projektów w ramach zajęć, indywidualne i grupowe korekty, wspólne omówienie projektów semestralnych
- **Inkluzywne:** indywidualne korekty, prowadzący bierze pod uwagę zróżnicowany poziom zaawansowania studentów oraz talent artystyczny

Literatura obowiązkowa:

1. Arijon D. (2008). *Gramatyka języka filmowego*, Wydawnictwo Wojciech Marzec, Warszawa
2. Mascelli J. (2007). *5 tajników warsztatu filmowego*, Wydawnictwo Wojciech Marzec, Warszawa

Literatura uzupełniająca:

1. Brown B. (2009). *Światło w filmie*, Wydawnictwo Wojciech Marzec, Warszawa
2. Frukacz M. (2008). *24 klatki na sekundę. Rozmowy o animacji*, Lokator, Kraków
3. Giżycki M., Żmudziński B. (2009). *Polski film animowany*, PWA, Warszawa
4. Goodell G. (2009). *Sztuka produkcji filmowej*, Wydawnictwo Wojciech Marzec, Warszawa
5. Simon M. (2010). *Storyboard ruch w sztuce filmowej*, Wydawnictwo Wojciech Marzec, Warszawa

Weryfikacja efektów uczenia się

	Forma weryfikacji	Warunek zaliczenia
Metoda 1	Przegląd prac z udziałem osób studiujących	<ul style="list-style-type: none">– minimalna liczba punktów konieczna do zaliczenia: 10– maksymalna liczba punktów do zdobycia: 20
Metoda 2	Projekt zespołowy z zakresu kolorowania filmu	<ul style="list-style-type: none">– minimalna liczba punktów konieczna do zaliczenia: 41– maksymalna liczba punktów do zdobycia: 80

Ocena końcowa

Warunkiem uzyskania oceny pozytywnej z przedmiotu jest zdobycie minimalnej liczby punktów określonej dla każdego zadania. Obecność na zajęciach jest obowiązkowa. Ocena z przedmiotu wystawiana jest na podstawie sumy punktów zgodnie z poniższą skalą i progami:

91 – 100 punktów oznacza 5 (bardzo dobry)

81 – 90 punktów oznacza 4+ (dobry plus)

71 – 80 punktów oznacza 4 (dobry)

61 – 70 punktów oznacza 3+ (dostateczny plus)

51 – 60 punktów oznacza 3 (dostateczny)

poniżej 51 punktów oznacza 2 (niedostateczny), przedmiot musi być powtórzony.

KARTA PRZEDMIOTU

Nazwa przedmiotu: Multimedia – warsztaty projektowe 2		Formy: warsztaty	Obligatoryjność: specjalnościowy
Kierunek studiów: Grafika reklamowa i multimedia specjalność: Multimedia		Poziom studiów: studia pierwszego stopnia	Język wykładowy: polski
Forma studiów: studia stacjonarne (ST) studia niestacjonarne (NST)	Semestr: 6 (ST, NST)	Liczba godzin w planie studiów: studia stacjonarne: 30h studia niestacjonarne: 24h	Nakład pracy: Liczba punktów ECTS: 2 Liczba godzin pracy: 50

Miejsce przedmiotu w programie studiów

Przedmiot „Multimedia – warsztaty projektowe 2” kończy dwuczłonowy cykl warsztatów projektowania we współpracy z partnerami – organizacjami pożytku publicznego lub artystami. Cykl ten pomaga utrwalić wiedzę i umiejętności pozyskane przez osoby studiujące w dotychczasowym toku studiów. Przedmiot utrwała kompetencje dotyczące realizacji materiału multimedialnego, a więc nawiązuje do przedmiotów z zakresu produkcji filmu i animacji, a także do „Fotografii” 1 i 2. Cykl warsztatów projektowych uzupełnia treści praktyk i stanowi wsparcie dla przygotowania pracy dyplomowej oraz przyszłej pracy zawodowej.

Efekty uczenia się

Kod kierunkowego efektu uczenia się	Przedmiotowe efekty uczenia się	Weryfikacja efektów uczenia się
GRM1_U02	Student(ka) potrafi przeanalizować i krytycznie ocenić materiał wizualny na potrzeby montażu multimedialnego projektu filmowego.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_U08	Student(ka) potrafi zaproponować różnorodne wersje teledysku o autorskim charakterze, używając wyobraźni, intuicji i emocjonalności.	Metoda 2
GRM1_U13	Student(ka) potrafi publicznie zaprezentować przygotowane przez siebie realizacje audiowizualne, dostosowując formę prezentacji odbiór do potrzeb odbiorcy.	Metoda 1

GRM1_K03	Student(ka) jest gotów(-owa) do celowego i świadomego korzystania z własnej wyobraźni, intuicji, emocjonalności i zdolności do twórczego myślenia w trakcie opracowywania zdjęć montażu i postprodukcji materiału filmowego, w szczególności w trakcie realizacji teledysku.	Metoda 1 Metoda 2
GRM1_K11	Student(ka) jest gotów(-owa) do samodzielnej realizacji niezależnych i kompletnych projektów teledysków lub krótkich form filmowych w oparciu o poprawnie przeprowadzony proces projektowy.	Metoda 1 Metoda 2

Opis i treści programowe

warsztaty

W trakcie zajęć osoby studiujące zajmą się tworzeniem treści multimedialnych dla wybranego w pierwszym semestrze interesariusza. Projekt powinien cechować się wartościami artystycznymi lub społecznymi. Potencjalnymi interesariuszami są artyści (muzycy), organizacje pozarządowe, interesariusze ze sfery organizacji publicznych.

Druga część zajęć *Multimedia - warsztaty projektowe 2* skupia się na etapie realizacji materiału: zdjęciach montażu i postprodukcji. Celem jest wspólna praca nad procesem tworzenia treści multimedialnych (w wybranej formie, adekwatnej dla interesariusza – realizacja może przyjąć formę na przykład teledysku czy filmu zaangażowanego społecznie).

Treści:

1. Realizacja dnia zdjęciowego teledysku

- **Wprowadzenie:** Omówienie roli reżysera, operatora i zespołu na planie teledysku.
- **Praktyka:** Realizacja wybranych scen przez studentów, zgodnie ze scenariuszem i storyboardem.
- **Omówienie:** Feedback od prowadzącego na temat zarejestrowanych ujęć i organizacji pracy na planie.

2. Montaż offline

- **Teoria:** Zasady montażu teledysków, praca z rytmem i tempem muzyki.
- **Praktyka:** Montaż surowej wersji teledysku (offline) z dostępnych materiałów.
- **Konsultacje:** Omówienie wykonanych prac, sugestie dotyczące dalszych poprawek.

3. Korekcja barwna

- **Wprowadzenie:** Podstawy korekcji barwnej – balans bieli, kontrast, stylizacja obrazu.
- **Praktyka:** Korekcja barw w wybranych ujęciach teledysku, zachowanie spójności estetycznej.
- **Omówienie:** Feedback na temat efektów korekcji i ich wpływu na ostateczny wygląd teledysku

4. Dodanie efektów audiowizualnych adekwatnych do scenariusza

- **Teoria:** Znaczenie efektów audiowizualnych w teledyskach, ich wpływ na narrację i klimat.
- **Praktyka:** Dodawanie prostych efektów wizualnych do wybranych ujęć, synchronizacja z muzyką.
- **Omówienie:** Dyskusja na temat wprowadzonej stylistyki efektów i ich zgodności z wizją artystyczną.

5. Kolaudacja teledysku z Artystą

- **Symulacja kolaudacji:** Prezentacja gotowego teledysku i negocjowanie ewentualnych poprawek z artystą.
- **Wprowadzenie zmian:** Dostosowanie teledysku na podstawie sugestii artysty.

6. Premiera

- **Przygotowanie:** Dyskusja o platformach publikacji, promocji teledysku i tworzeniu materiałów promocyjnych.
- **Prezentacja:** Oglądanie gotowego teledysku, omówienie efektu końcowego i wnioski.

Metody dydaktyczne

Metody dydaktyczne wspierające osiągnięcie efektów uczenia się oraz działające na rzecz równości i równego zaangażowania wszystkich uczestników.

- **Podawcze:** wykład, prezentacja multimedialna
- **Angażujące:** krótkie zadania na czas, realizacja indywidualnych projektów w ramach zajęć, indywidualne i grupowe korekty, wspólne omówienie projektów semestralnych
- **Inkluzywne:** indywidualne korekty, prowadzący bierze pod uwagę zróżnicowany poziom zaawansowania studentów oraz talent artystyczny

Literatura obowiązkowa:

1. Chmielewska, A., Snopkiewicz, J. (red.). (2023). *Nowe supermedium. Współczesne oblicza telewizji i scenariusze przyszłości*, PWSFTviT i Dom Wydawniczy ELIPSA,
2. Lenczewski, R., Wojtowicz, P., Zieliński, J., Bukojemski, M., Szymczak, J. (2014). *Okiem operatora*, PWSFTviT
3. Szczepański, T., Pachnicka, A. (2013). *Idea zespołu filmowego. Historia i nowe wyzwania*, PWSFTviT
4. Saloni-Marczewski, W. (2016). *Scenografia filmu fabularnego*, PWSFTviT

Literatura uzupełniająca:

1. IMAGES. The International Journal of European Film, Performing Arts and Audiovisual Communication, wybrane numery
2. Powidoki. Nowe media, wybrane numery

Weryfikacja efektów uczenia się

	Forma weryfikacji	Warunek zaliczenia
Metoda 1	Przegląd prac w obecności studentów	<ul style="list-style-type: none"> – minimalna liczba punktów konieczna do zaliczenia: 10 – maksymalna liczba punktów do zdobycia: 20
Metoda 2	Projekt zespołowy polegający na opracowaniu i przeprowadzeniu postprodukcji treści multimedialnych na potrzeby określonego interesariusza	<ul style="list-style-type: none"> – minimalna liczba punktów konieczna do zaliczenia: 41 – maksymalna liczba punktów do zdobycia: 80

Ocena końcowa

Warunkiem uzyskania oceny pozytywnej z przedmiotu jest zdobycie minimalnej liczby punktów określonej dla każdego zadania. Obecność na zajęciach jest obowiązkowa. Ocena z przedmiotu wystawiana jest na podstawie sumy punktów zgodnie z poniższą skalą i progami:

91 – 100 punktów oznacza 5 (bardzo dobry)

81 – 90 punktów oznacza 4+ (dobry plus)

71 – 80 punktów oznacza 4 (dobry)

61 – 70 punktów oznacza 3+ (dostateczny plus)

51 – 60 punktów oznacza 3 (dostateczny)

poniżej 51 punktów oznacza 2 (niedostateczny), przedmiot musi być powtórzony.