



UNIwersYTET
IM. ADAMA MICKIEWICZA
W POZNANIU

Grafika reklamowa

Sylabus zajęć

Informacje podstawowe

Kierunek studiów Dziennikarstwo i komunikacja społeczna		Cykl dydaktyczny 2024/25	
Specjalność Reklama i public relations		Kod zajęć 14DKSRPRN.21S.01093.24	
Jednostka organizacyjna Wydział Nauk Politycznych i Dziennikarstwa		Języki wykładowe polski	
Poziom studiów studia drugiego stopnia		Obligatoryjność Obowiązkowy specjalnościowy	
Forma studiów studia niestacjonarne		Blok zajęciowy Przedmioty specjalnościowe	
Profil studiów profil praktyczny			
Koordynator zajęć	Krzysztof Molenda		
Prowadzący zajęcia	Krzysztof Molenda		
Okres Rok 1	Forma zajęć / liczba godzin / forma zaliczenia • Ćwiczenia: 10, Zaliczenie z oceną		Liczba punktów ECTS 1

Cele kształcenia dla zajęć

Kod	Cel
C1	- Przekazanie wiedzy w zakresie projektowania graficznego, wizualizacji graficznej i grafiki reklamowej.
C2	- Przekazanie podstawowej wiedzy na temat zasad kompozycji plastycznej, znaczenia i zastosowania koloru, rodzajów środków wizualnych, zagadnień typograficznych, kompozycji oraz znaczenia tekstu i obrazu.
C3	- Zapoznanie oraz przekazanie wiedzy na temat technicznych zagadnień projektowania graficznego, przygotowania publikacji do druku, do Internetu, animacji, itp.) Przekazanie wiedzy z zakresu obsługi i wykorzystania w projektowaniu graficznym profesjonalnego oprogramowania graficznego z pakietu Adobe (Photoshop, InDesign, Illustrator, Acrobat).
C4	- Wykształcenie umiejętności pełnego i samodzielnego rozwiązywania graficznego zadania projektowego w zakresie konstruowania idei, czytelnego przekazu, doboru środków, opracowania technicznego.

Wymagania wstępne

- Ma podstawową wiedzę o kulturze i społeczeństwie;
- Ma podstawową wiedzę zakresu obsługi programów graficznych;
- Potrafi wyszukiwać informacje w różnych źródłach i opracowaniach;
- Ma chęć kształcenia się w zakresie grafiki reklamowej i wizualizacji graficznej;
- Rozumie znaczenie takiej wiedzy w pracy zawodowej.

Efekty uczenia się dla zajęć

Kod	Efekty uczenia się dla zajęć w zakresie	Efekty uczenia się dla kierunku	Metody weryfikacji osiągnięcia efektów uczenia się dla zajęć
Wiedzy - Student/ka:			
W1	Ma podstawowa wiedzę dotyczącą realizacji projektów graficznych oraz wizualizacji.	DKS_K2_W01, DKS_K2_W04, DKS_K2_W07, DKS_K2_W10	Projekt, Prezentacja multimedialna, Zaliczenie praktyczne (analiza wykonawstwa)
W2	Posiada wiedzę z zakresu kultury i zjawisk społecznych.	DKS_K2_W01, DKS_K2_W04, DKS_K2_W09, DKS_K2_W10	Projekt, Prezentacja multimedialna, Zaliczenie praktyczne (analiza wykonawstwa)
Umiejętności - Student/ka:			
U1	Posiada umiejętność wykorzystania współczesnych narzędzi i oprogramowania do tworzenia projektów z zakresu promocji i marketingu.	DKS_K2_U01, DKS_K2_U08, DKS_K2_U11	Projekt, Prezentacja multimedialna, Zaliczenie praktyczne (analiza wykonawstwa)
U2	Ma umiejętność analizowania zjawisk kulturowych i społecznych.	DKS_K2_U01, DKS_K2_U08, DKS_K2_U11	Projekt, Prezentacja multimedialna, Zaliczenie praktyczne (analiza wykonawstwa)
Kompetencji społecznych - Student/ka:			
K1	Rozumie potrzebę poszerzania i aktualizowania wiedzy, umiejętności i kompetencji przez całe życie	DKS_K2_K01, DKS_K2_K02, DKS_K2_K03, DKS_K2_K06	Projekt, Prezentacja multimedialna, Zaliczenie praktyczne (analiza wykonawstwa)

Kod	Efekty uczenia się dla zajęć w zakresie	Efekty uczenia się dla kierunku	Metody weryfikacji osiągnięcia efektów uczenia się dla zajęć
K2	Jest przygotowany do pracy w mediach, organizacjach i instytucjach publicznych, w tym organach administracji publicznej na stanowiskach związanych z komunikacją, marketingiem, promocją.	DKS_K2_K01, DKS_K2_K02, DKS_K2_K05, DKS_K2_K06	Projekt, Prezentacja multimedialna, Zaliczenie praktyczne (analiza wykonawstwa)
K3	Posiada świadomość znaczenia udziału w życiu kulturalnym dla jego rozwoju oraz roli mediów w realizacji profesjonalnych zadań zawodowych oraz etycznej postawy w działalności publicznej.	DKS_K2_K01, DKS_K2_K03, DKS_K2_K05, DKS_K2_K06	Projekt, Prezentacja multimedialna, Zaliczenie praktyczne (analiza wykonawstwa)

Treści programowe dla zajęć

Lp.	Treści programowe dla zajęć	Efekty uczenia się dla zajęć	Formy zajęć
1.	Przekazanie wiedzy z zakresu projektowania graficznego. Omówienie zagadnień z zakresu psychofizjologii widzenia oraz z zakresu przekazu wizualnego. Przedstawienie zagadnień stosowania i oddziaływania koloru, formy, kompozycji oraz tekstu i typografii. Omówienie przykładów projektów graficznych, wizualizacji, działań reklamowych i promocyjnych. przedstawienie i omówienie zagadnień kulturowych i zjawisk społeczno-kulturowych na przestrzeni dziejów.	W1, W2, U2, K1	Ćwiczenia
2.	Przekazanie wiedzy z zakresu obsługi i wykorzystania profesjonalnych programów graficznych. Pakiet Adobe – Photoshop, Illustrator, Indesign. Zdefiniowanie i omówienie zagadnienia liniatury, rozdzielczości, wielkości plików. Ćwiczenia praktyczne z projektowania znaków graficznych, logotypów, kompozycji tekstu i obrazu, wordprocessingu, opracowania fotografii, typografii oraz layoutu publikacji na potrzeby różnych mediów. Omówienie zagadnień z zakresu poligrafii, rodzajów druku, intrologatorni, rodzajów papieru, przygotowania publikacji do druku oraz Internetu. Ćwiczenia praktyczne 1: Praca z fotografią. (Program Adobe Photoshop). Retusz zdjęć, modyfikacja, fotomontaż, korekta koloru, przygotowanie zdjęć do publikacji. Ćwiczenia praktyczne 2: Projektowanie logotypów, piktogramów, ideogramów. (Program Adobe Illustrator). Łączenie tekstu, ilustracji, zdjęć. Wykorzystanie siatki kompozycyjnej do tworzenia łamów prasowych. Tworzenie i praca w stylach akapitowych i typograficznych. Ćwiczenia praktyczne 3: Tworzenie publikacji gazety. (Program Adobe Indesign). Łączenie tekstu, ilustracji, zdjęć. Wykorzystanie siatki kompozycyjnej do tworzenia łamów prasowych. Tworzenie i praca w stylach akapitowych i typograficznych.	W1, U1, U2, K1, K2, K3	Ćwiczenia

Lp.	Treści programowe dla zajęć	Efekty uczenia się dla zajęć	Formy zajęć
3.	Kreowanie wizerunku produktu poprzez tworzenie nazwy, logotypu, hasła, sloganu. Tworzenie kampanii promocyjnych. Omówienie i ćwiczenia praktyczne. Zadanie: Opracowanie briefu kreatywnego kampanii: cel, ton, target, analiza konkurencji, czytelność przekazu. Opracowanie alternatywnych nosników i sposobów zobrazowania głównego przekazu. Omówienie zasad współpracy w studiach projektowych, agencjach promocyjnych.	W2, U1, U2, K1, K2, K3	Ćwiczenia

Informacje dodatkowe

Forma zajęć	Metody i formy prowadzenia zajęć
Ćwiczenia	Wykład z prezentacją multimedialną wybranych zagadnień, Wykład problemowy, Dyskusja, Metoda ćwiczeniowa, Metoda projektu, Metoda aktywizująca - konstruowanie "map myśli", Korekta indywidualna, Rozwiązywanie zadań praktycznych

Forma zajęć	Warunki zaliczenia zajęć
Ćwiczenia	Realizacja zadań i ćwiczeń. Zaliczenie z oceną

Literatura

Obowiązkowa

1. „Historia projektowania graficznego”, Zdeno Kolesar, Jacek Mrowczyk. Wyd. Karakter ISBN 978-83-65271-76-1

Dodatkowa

1. „Człowiek i jego znaki”, Adrian Frutiger. Wyd. d2d.pl ISBN 978-83-927308-3-5

Nakład pracy studenta i punkty ECTS

Rodzaje zajęć studenta	Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane rodzaje zajęć
Ćwiczenia	10
Przygotowanie projektu	15
Łączny nakład pracy studenta	Liczba godzin 25
Liczba punktów ECTS	ECTS 1

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Efekty uczenia się dla kierunku

Kod	Treść
DKS_K2_K01	Absolwent/ka jest gotów/gotowa do poszerzania i aktualizowania oraz krytycznej oceny posiadanej wiedzy
DKS_K2_K02	Absolwent/ka jest gotów/gotowa do odpowiedzialnego pełnienia ról zawodowych, z uwzględnieniem zmieniających się potrzeb społecznych, oraz zachowywania się w sposób profesjonalny i etyczny w pracy zawodowej oraz działalności publicznej
DKS_K2_K03	Absolwent/ka jest gotów/gotowa do uznawania znaczenia wiedzy w rozwiązywaniu problemów poznawczych i praktycznych w naukach o komunikowaniu i mediach oraz zasięgania opinii ekspertów w przypadku trudności z samodzielnym rozwiązaniem problemu
DKS_K2_K05	Absolwent/ka jest gotów/gotowa do rozwijania dorobku zawodu i podtrzymywania etosu zawodu dziennikarza i specjalisty ds. komunikowania
DKS_K2_K06	Absolwent/ka jest gotów/gotowa do wykazywania się w pracy zawodowej i aktywności publicznej przedsiębiorczością i innowacyjnością
DKS_K2_U01	Absolwent/ka potrafi właściwie dobierać źródła i informacje z nich pochodzące, dokonywać oceny, krytycznej analizy, syntezy, twórczej interpretacji i prezentacji tych informacji w celu formułowania i rozwiązywania złożonych i nietypowych problemów w zakresie komunikacji społecznej i mediów
DKS_K2_U08	Absolwent/ka potrafi samodzielnie planować i realizować własne uczenie się przez całe życie i ukierunkowywać innych w tym zakresie
DKS_K2_U11	Absolwent/ka potrafi prowadzić badania społeczne niezbędnych do opracowania diagnoz potrzeb odbiorców mediów i działań promocyjno-reklamowych
DKS_K2_W01	Absolwent/ka zna i rozumie w pogłębionym stopniu fakty, obiekty i zjawiska stanowiące zaawansowaną wiedzę ogólną z zakresu nauk o komunikacji społecznej i mediach
DKS_K2_W04	Absolwent/ka zna i rozumie fundamentalne dylematy współczesnej cywilizacji, związane z rozwojem i rolą mediów oraz ich wpływem na społeczeństwo
DKS_K2_W07	Absolwent/ka zna i rozumie podstawowe zasady tworzenia i rozwoju różnych form przedsiębiorczości związane z sektorem mediów i komunikacji
DKS_K2_W09	Absolwent/ka zna i rozumie rolę mediów i komunikowania masowego w funkcjonowaniu grupy społecznej, państwa i wspólnoty międzynarodowej oraz o ich historycznej ewolucji
DKS_K2_W10	Absolwent/ka zna i rozumie odbiorców mediów, działań promocyjno-reklamowych oraz posiada pogłębioną wiedzę o metodach diagnozowania ich potrzeb i oceny jakości usług