



UNIwersytet
IM. ADAMA MICKIEWICZA
W POZNANIU

Grafika i efekty specjalne w reklamie

Sylabus zajęć

Informacje podstawowe

Kierunek studiów Filologia polska (K) Specjalność Reklama i kreowanie marki Jednostka organizacyjna Wydział Pedagogiczno-Artystyczny w Kaliszu Poziom studiów studia drugiego stopnia Forma studiów studia stacjonarne Profil studiów profil praktyczny		Cykl dydaktyczny 2023/24 Kod zajęć 13FPKRKMS.28S.13857.23 Języki wykładowe polski Obligatoryjność Obowiązkowy specjalnościowy Blok zajęciowy Przedmioty specjalnościowe
Koordynator zajęć	Anna Linkowska	
Prowadzący zajęcia	Anna Linkowska	
Okres Semestr 4	Forma zajęć / liczba godzin / forma zaliczenia • Ćwiczenia: 15, Zaliczenie z oceną	Liczba punktów ECTS 1

Cele kształcenia dla zajęć

Kod	Cel
C1	Zapoznanie studentów/studentek z zastosowaniem efektów specjalnych w przemyśle reklamowym.
C2	Przekazanie studentom/studentkom wiedzy z zakresu różnorodnych technik efektowych stosowanych w reklamie na przestrzeni lat i ich rozwoju.
C3	Zapoznanie studentów i studentek z obsługą podstawowych narzędzi do efektów specjalnych w zakresie obróbki obrazu reklamowego.
C4	Uświadomienie studentom i studentkom problemów i możliwości w zakresie zastosowania technologii AI w branży reklamowej.

Wymagania wstępne

Podstawowa znajomość zagadnień związanych z realizacją filmów reklamowych, wrażliwość wizualna.

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	Zna historię rozwoju i znaczenia graficznych efektów specjalnych w reklamie oraz jej wpływ na rozwój branży.	FPK_K2_W01, FPK_K2_W02, FPK_K2_W04	Prezentacja multimedialna
W2	Rozumie etyczne aspekty związane z zastosowaniem efektów specjalnych w przemyśle reklamowym.	FPK_K2_W06, FPK_K2_W07	Prezentacja multimedialna
Umiejętności - Student/ka:			
U1	Potrafi stworzyć przekaz reklamowy według określonej specyfikacji z zastosowaniem podstawowych efektów specjalnych.	FPK_K2_U15	Projekt, Prezentacja multimedialna, Zaliczenie praktyczne (analiza wykonawstwa)
U2	Umie przeanalizować materiał reklamowy pod kątem zastosowanych efektów specjalnych.	FPK_K2_U14	Prezentacja multimedialna
Kompetencji społecznych - Student/ka:			
K1	Śledzi najnowsze trendy w zakresie zastosowania efektów specjalnych w branży reklamowej i jest świadoma/świadomy ich oddziaływania na społeczeństwo.	FPK_K2_K04, FPK_K2_K08	Prezentacja multimedialna

Treści programowe dla zajęć

Lp.	Treści programowe dla zajęć	Efekty uczenia się dla zajęć	Formy zajęć
1.	Historia rozwoju grafiki i efektów specjalnych w branży reklamowej.	W1	Ćwiczenia
2.	Zastosowanie programów graficznych do obróbki i retuszu zdjęć oraz tworzenia przekazu reklamowego.	W1, U1	Ćwiczenia
3.	Zastosowanie komputerowych efektów specjalnych w branży reklamowej.	W1, U1	Ćwiczenia
4.	Analiza wybranych kampanii reklamowych pod kątem zastosowanych efektów specjalnych.	U2	Ćwiczenia
5.	Etyczne aspekty wykorzystywanie efektów specjalnych w branży reklamowej.	W2	Ćwiczenia
6.	Wykorzystanie najnowszych technologii AI w przemyśle reklamowym.	W1, K1	Ćwiczenia

Informacje dodatkowe

Forma zajęć	Metody i formy prowadzenia zajęć
Ćwiczenia	Wykład z prezentacją multimedialną wybranych zagadnień, Metoda analizy przypadków, Metoda ćwiczeniowa, Metoda projektu, Pokaz i obserwacja, Demonstracje dźwiękowe i/lub video, Korekta indywidualna

Forma zajęć	Warunki zaliczenia zajęć
Ćwiczenia	Warunkiem zaliczenia jest wykonanie pracy praktycznej z zastosowaniem omawianych efektów specjalnych. Kryteria oceniania wg skali stosowanej w UAM: • bardzo dobry (bdb; 5,0): osiągnięto planowane efekty uczenia się obejmujące wszystkie istotne aspekty w stopniu zaawansowanym • dobry plus (+db; 4,5): osiągnięto planowane efekty uczenia się obejmujące wszystkie istotne aspekty w stopniu bardzo wysokim, mogły pojawić się nieliczne błędy lub niepoprawności • dobry (db; 4,0): osiągnięto planowane efekty uczenia się obejmujące istotne aspekty w stopniu dobrym, mogły pojawić się błędy lub niepoprawności • dostateczny plus (+dst; 3,5): osiągnięto planowane efekty uczenia się bez niektórych istotnych aspektów, mogły pojawić się poważniejsze błędy lub niepoprawności • dostateczny (dst; 3,0): osiągnięto planowane efekty uczenia się bez niektórych istotnych aspektów, mogły pojawić się liczne błędy i niepoprawności • niedostateczny (ndst; 2,0): nie osiągnięto planowanych efektów uczenia się.

Literatura

Obowiązkowa

1. Red. M. Wszołek - Manual - Reklama - Wyd. Libron, Kraków 2017
2. M. Young - O reklamie w epoce cyfrowej - Wyd. Arkady, Warszawa 2018

Dodatkowa

1. J.Mrowczyk, Z.Kolesár - Historia Projektowania Graficznego - Wyd. Karater, Kraków 2018

Nakład pracy studenta i punkty ECTS

Rodzaje zajęć studenta	Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane rodzaje zajęć
Ćwiczenia	15
Czytanie wskazanej literatury	3
Przygotowanie projektu	6
Przygotowanie do zaliczenia	3
Przygotowanie prezentacji multimedialnej	3
Łączny nakład pracy studenta	Liczba godzin 30
Liczba punktów ECTS	ECTS 1

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Efekty uczenia się dla kierunku

Kod	Treść
FPK_K2_K04	Absolwent/ka jest gotów/gotowa do wykorzystywania dla celów zawodowych relacji zachodzących między kulturą (jej instytucjami oraz mediami) a polityką i władzą w różnych jej wymiarach
FPK_K2_K08	Absolwent/ka jest gotów/gotowa do wykazywania aktywności w podejmowaniu działań profesjonalnych samodzielnie i zespołowo, przestrzegając zasad etyki
FPK_K2_U14	Absolwent/ka potrafi właściwie korzystać z tradycyjnych i cyfrowych źródeł oraz informacji w nich zawartych, krytycznie je analizować, syntetyzować, opracowywać, twórczo interpretować, prezentować i wykorzystywać do celów zawodowych
FPK_K2_U15	Absolwent/ka potrafi posługiwać się wybranymi programami komputerowymi, a także posługiwać się informatycznymi narzędziami w procesie automatyzacji warsztatu pracy z zastosowaniem do wybranego modułu specjalnościowego
FPK_K2_W01	Absolwent/ka zna i rozumie w pogłębionym stopniu zastosowania praktyczne wiedzy właściwej dla studiów polonistycznych w wybranych sferach działalności twórczej, kulturalnej, bibliotecznej, edukacyjnej, medialnej i/lub promocyjno-reklamowej, a także posiada uporządkowaną, pogłębioną i rozszerzoną wiedzę o ich zakresie, miejscu i znaczeniu w obszarze nauk humanistycznych
FPK_K2_W02	Absolwent/ka zna i rozumie w pogłębionym stopniu fakty, zjawiska, metodologie i teorie wyjaśniające złożone zależności między nimi, stanowiące zaawansowaną wiedzę z zakresu badań literackich i językowych wraz z właściwym umocowaniem kontekstowym, w związku z czym posiada uporządkowaną i podbudowaną teoretycznie wiedzę zorientowaną na zastosowania praktyczne w wybranych sferach działalności twórczej, kulturalnej, bibliotecznej, edukacyjnej, medialnej i/lub promocyjno-reklamowej, obejmującą kluczowe zagadnienia oraz wybrane zagadnienia z zakresu zaawansowanej wiedzy szczegółowej – właściwe dla programu kształcenia
FPK_K2_W04	Absolwent/ka zna i rozumie współczesne uwarunkowania cywilizacyjne, jest świadomy wpływu historii na rozwój języka oraz literatury i kultury, w szczególności polskiej
FPK_K2_W06	Absolwent/ka zna i rozumie w pogłębionym stopniu zasady funkcjonowania kultury, posiada wiedzę o jej systemach i społecznych obiegach, zorientowaną na zastosowania praktyczne w wybranych sferach działalności twórczej, kulturalnej, bibliotecznej, edukacyjnej, medialnej i/lub promocyjno-reklamowej
FPK_K2_W07	Absolwent/ka zna i rozumie w pogłębionym stopniu specyfikę nowych mediów i ich społeczno-kulturowe znaczenie oraz zastosowanie nowoczesnych narzędzi informatycznych w wybranych sferach działalności twórczej, kulturalnej, bibliotecznej, edukacyjnej, medialnej i/lub promocyjno-reklamowej