



AKADEMIA SZTUK PIĘKNYCH
IM. EUGENIUSZA GEPPERTA
WE WROCŁAWIU

Nazwa przedmiotu		Projektowanie graficzne	
Jednostka prowadząca	Wydział Grafiki i Sztuki Mediów		
Profil studiów	ogólnoakademicki		
Kierunek	Grafika		
Poziom kwalifikacji	Poziom 7		
Forma studiów	stacjonarne		
Rok studiów / semestr	jednolite mgr 4 rok, 8 sem		
wymiar zajęć (liczba godzin kontaktowych) semestr	90		
wymiar zajęć (liczba godzin kontaktowych) tydzień	6		
liczba godzin samodzielnej pracy studenta	150		
Liczba punktów ECTS	8		
Rodzaj zajęć	Korekty indywidualne i grupowe, wykłady, zajęcia warsztatowe, „mistrz-uczeń”.		
Prowadzący	dr hab. Artur Skowroński, dr hab. Andrzej Moczydłowski, dr hab. Anna Trojanowska, dr hab. Magdalena Wosik, dr hab. Tomasz Broda, dr hab. Tomasz Pietrek, dr Łukasz Paluch		
Cel zajęć	Otwarcie na, społeczne i rynkowe aspekty projektowania graficznego. Projektowanie w uwarunkowaniach zróżnicowanych intencji przekazu (perswazja, orientacja, oświata, cele estetyczne). Doskonalenie umiejętności syntetycznego wizualizowania sfery pojęciowej. Zagadnienia systemowe identyfikowania wizualnego (corporate design).		
Wymagania wstępne	Potrafi projektować w uwarunkowaniach formalnych i gatunkowych obiegowych form wydawniczych (książka, plakat, prasa, inne). Potrafi projektować w uwarunkowaniach dzieł literackich oraz innych zróżnicowanych utworów tekstowych.		
Efekty uczenia się:		Kod efektów modułowych	Odniesienie do efektów kształcenia na kierunku
- wiedza	Ma wiedzę o zróżnicowanych uwarunkowaniach projektowych związanych z reklamą (intencje perswazyjne) oraz innymi intencjami przekazu. Ma wiedzę o systemowych uwarunkowaniach identyfikacji wizualnej (corporate design) w odniesieniu do pełnej tożsamości (corporate identity) podmiotów zlecających	W_43	K_W10, K_W11

- <i>umiejętności</i>	Potrafi projektować uwzględniając całą szerokość i zakres przynależnych mediów, w tym zróżnicowane intencje przekazu graficznego (perswazja, orientacja, oświata, cele estetyczne). Potrafi samodzielnie podjąć temat opracowania dyplomowego i ustalić jego zakres.	U_04	K_U01, K_U08, K_U11, K_U12, K_U13
- <i>kompetencje społeczne</i>	Ma kompetencje w podjęciu ważkiego społecznie tematu dyplomowego adresowanego dla sfery publicznej, bądź prywatnej.	K_40	K_K07, K_K08
Treść zajęć	Kierunkowe projektowanie uwzględniające intencje przekazu (perswazja, orientacja, oświata, cele estetyczne) oraz szerokość i zakres mediów przekazu graficznego. Wprowadzenie scalających zagadnień identyfikacji wizualnej (corporate design) i tożsamości wizualnej (corporate identity), jako przesłania projektowego całościowych, ale wiele elementowych opracowań graficznych. Zadania identyfikowania firm, marek, usług; identyfikowania idei i zjawisk. Szczegółowe treści w zależności od wyboru pracowni. Zatwierdzenie tematu dyplomowego z projektowania graficznego.		
Metody i kryteria oceny	Ocena uwzględnia poziom wykonanych prac, zaangażowanie studenta.		
Sposób zaliczenia	PE		
Literatura	Znajomość i orientacja w literaturze opisowej i ikonograficznej z zakresu symboliki znaków i pojęć współczesnej kultury i tradycji cywilizacji. Mieczysław Porębski – Ikonosfera; Jan Trzynadłowski – Edytorstwo. Tekst, język, opracowanie; Tekla Malinowska, Ludwik Syta – Redagowanie techniczne książki; James Felici, Kompletny przewodnik po typografii; Zasady doskonałego składania tekstu, Słowo/obraz, 2007; Wybrana literatura nt. historii pisma, słowniki: przysłów, wyrazów obcych, psychologii; Wzorniki pism; Katalogi i książki dotyczące plakatu; Czasopisma branżowe m.in. 2+3D, Print, Graphis. Dodatkowo literatura dobierana indywidualnie pod kątem pracowni prowadzącej oraz konkretnych projektów.		
Język wykładowy	polski, możliwość komunikowania się w języku angielskim		