



Nazwa przedmiotu	Projektowanie graficzne z typografią
Jednostka prowadząca	Wydział Grafiki i Sztuki Mediów, Katedra Projektowania Graficznego
Jednostka dla której przedmiot jest przygotowany	Katedra Sztuki Mediów
Rodzaj przedmiotu	Grupa treści podstawowych, obowiązkowy dla studentów kierunku Sztuka Mediów
Rok studiów/semestr; forma studiów	Rok I, sem. 2 / rok II, sem. 3 studia II stopnia, stacjonarne
Liczba punktów ECTS	2 pkt. ECTS sem. 2; 3 pkt. ECTS sem. 3;
Prowadzący	Dr Anna Trojanowska
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). Świadome budowanie interfejsu graficznego użytkownika.
Wymagania wstępne	Zaawansowana umiejętność obsługi programów graficznych, świadome postrzeganie (analiza dzieła plastycznego), komponowanie i reakcja, znajomość własności słowa i obrazu. Znajomość komunikatu graficznego (forma + treść). Wrażliwość plastyczna, predyspozycje do zdyscyplinowanych działań plastycznych, umiejętność świadomej analizy form graficznych w różnych mediach.
Efekty kształcenia w zakresie:	
– wiedzy	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 podmiotów zlecających. Potrafi świadomie dobierać formy i środki w zależności od rodzaju projektu, budować komplementarne systemy graficzne.
– umiejętności	Potrafi projektować uwzględniając całą szerokość i zakres przynależnych mediów, w tym zróżnicowane intencje przekazu graficznego (perswazja, orientacja, oświata, cele estetyczne).
– kompetencji personalnych i społecznych	Umiejętność pracy i współpracy w zespole składającym się z różnych specjalistów. Kompetencje w podjęciu i prowadzeniu projektów adresowanych dla sfery prywatnej lub publicznej.
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 wieloelementowych opracowań graficznych. Projektowanie rozbudowanych struktur logicznych, spójnych i kompletnych realizacji na potrzeby internetu (style guide), krytyczna analiza istniejących rozwiązań nakierowana na rozpoznanie i rozwiązanie problemów zarówno natury logicznej jak i estetycznej.
Forma i wymiar zajęć	Wykłady, konsultacje indywidualne i grupowe, korekty. 45 godz. / sem.
Metody i kryteria oceny	Warunkiem zaliczenia jest pozytywna ocena prac potwierdzona zaliczeniem ze stopniem; Ocena uwzględnia poziom wykonanych prac, zaangażowanie oraz frekwencję studenta.
Sposób zaliczenia	Zaliczenie ze stopniem
Literatura	A. Frutiger, Człowiek i jego znaki, Optima, 2003 H. P. Willberg, F. Forssman, Pierwsza pomoc w typografii, Słowo/obraz, 2004 G. Jean, Pismo – pamięć ludzkości, Wydawnictwo Dolnośląskie, 1994 P. Barines, A. Haslam, Type & Typography, Watson-Guptill Publications / New York, 2002 M. Lurker, Przesłanie symboli w mitach, kulturach i religiach, Znak, 1994 D. Dabner, Design & Layout. Sztuka Projektowania, Fokus, 2003 W. Kopaliński, Słownik symboli, Wiedza Powszechna, 1990 A. Binkenmajer, B. Kocowski, J. Trzynadłowski, Encyklopedia wiedzy o książce, 1971 wyd. Ossolineum R. Bringhurst, Elementarz stylu w typografii, Design Plus, 2007 J. Tschichold, Nowa typografia, Recto Verso 2011 J. Mrowczyk, Niewielki słownik typograficzny, Czysty Warsztat, 2008 Internetowe i drukowane czasopisma branżowe www.smashingmagazine.com
Uwagi	
Język wykładowy	Polski, możliwość komunikowania się w języku angielskim