



AKADEMIA SZTUK PIĘKNYCH
IM. EUGENIUSZA GEPPERTA
WE WROCŁAWIU

Nazwa przedmiotu		Plakat	
Jednostka prowadząca	Wydział Grafiki i Sztuki Mediów		
Profil studiów	ogólnoakademicki		
Kierunek	Grafika		
Poziom kwalifikacji	Poziom 6		
Forma studiów	niestacjonarne		
Rok studiów / semestr	lic. 3 rok, 5 sem		
wymiar zajęć (liczba godzin kontaktowych) semestr	30		
wymiar zajęć (liczba godzin kontaktowych) tydzień	2		
liczba godzin samodzielnej pracy studenta	120		
Liczba punktów ECTS	5		
Rodzaj zajęć	Konsultacje i korekty indywidualne, grupowe. Wykłady, „mistrz-uczeń”		
Prowadzący	dr hab. Magdalena Wosik		
Cel zajęć	Znajomość zasad projektowania plakatu – uwarunkowania formalne i estetyczne. Nabywanie przez studenta doświadczeń – kontakt słowo-obraz, obraz-słowo. Świadomość funkcji plakatu jako przekazu treści oraz jego wizualnej ekspresji. Kategoryzowanie plakatu. Rozwijanie kompetencji w projektowaniu graficznym.		
Wymagania wstępne	Korzystanie z umiejętności nabytych z przedmiotów: Podstawy projektowania graficznego, Publikacja elektroniczna, Formy wydawnicze, Projektowanie znaku, Rysunku, Malarstwa.		
Efekty uczenia się:		Kod efektów modułowych	Odniesienie do efektów kształcenia na kierunku
- <i>wiedza</i>	Ma wiedzę o uwarunkowaniach formalnych i estetycznych form plakatu. Posiada wiedzę o jego tradycji (m.in. Polska Szkoła Plakatu) i zna współczesne tendencje plakatu.	W_10	K_W08, K_W09
- <i>umiejętności</i>	Potrafi interpretować i obrazować przekaz informacji. Ma umiejętności organizowania przestrzeni form na płaszczyźnie. Potrafi nadawać tekstowi i obrazowi funkcjonalny komunikat.	U_05	K_U07, K_U09
- <i>kompetencje społeczne</i>	Student uzyskuje kompetencje w dyscyplinie projektowania	K_10	K_K03

	graficznego – plakat. Posiada umiejętność pracy na zlecenie w obszarze plakatu autorskiego jako własnej wypowiedzi artystycznej, umie nadawać funkcje i kontekst społeczny opracowanym projektom		
Treść zajęć	<p>Plakat – komunikat graficzny. Uwarunkowania formalne i estetyczne, komunikacyjne i wrażeniowe. Odniesienia do kategorii – społeczny, kulturalny (filmowy, teatralny, muzyczny itd) i reklamowy. Plakat – obraz i słowo. Słowo jako obraz i odwrotnie. Łączenie napisów i tekstów z materiałem obrazowym. Liternicze i typograficzne właściwości tekstu głównego i dopełniającego w plakacie. Napisy – personalny charakter. Plakat – przekaz na dystans, fenomen plakatowego medium; Polska Szkoła Plakatu. Tradycja i współczesność.</p> <p>Zajęcia podczas V i VI semestru zorientowane są na efektywne wykorzystanie nabytych umiejętności do realizacji pracy licencjackiej.</p>		
Metody i kryteria oceny	Ocena uwzględnia poziom wykonanych prac, zaangażowanie. Prezentacja i omówienie realizowanych zadań i projektów w ramach semestralnego przeglądu egzaminacyjnego.		
Sposób zaliczenia	PE		
Literatura	<ul style="list-style-type: none"> • A. Frutiger Człowiek i jego znaki, Optima, 2003 • S. Wysłouch Literatura a sztuki wizualne, PWN, 1993 • K. Lenk Krótkie teksty o sztuce projektowania, słowo/obraz terytoria, 2010 <p>Literatura opisowa i ikonograficzna z zakresu symboliki znaków i pojęć współczesnej kultury i tradycji cywilizacji. Wydawnictwa poświęcone plakatowi. Czasopisma branżowe m.in. 2+3D, Print, Graphis, Typo. Strona internetowa www.posterpage.ch</p>		
Język wykładowy	polski, angielski		