

	Akademia Sztuki w Szczecinie	
	Wydział	Sztuk Wizualnych
	kierunek:	Grafika
	specjalność:	Grafika projektowa
	poziom:	Studia II stopnia
	forma:	stacjonarne
	profil:	ogólnoakademicki

SYLABUS

A. Informacje ogólne							
nazwa przedmiotu		Wybrana pracownia z kierunku Grafika: Projektowanie Kampanii Społecznych		kod przedmiotu (z planu studiów)	GP.II.B1	przynależność do bloku	Blok kierunkowy dyplomowy
prowadzący		dr Adam Klasa				e-mail	adam.klasa@akademiasztuki.eu
rok	I/II	semestr	1-3			punkty ECTS	4+4+4
typ przedmiotu		obowiązkowy/obieralny				język wykładowy	polski
liczba godzin		wykłady	5+0+0			suma	180
		ćwiczenia	55+60+60				
		warsztaty					
		E-learning					

B. Wymagania wstępne w zakresie wiedzy, umiejętności i kompetencji

Student posiada wiedzę i umiejętności z zakresu podstaw projektowania graficznego oraz dziedzin pokrewnych. Zna podstawy warsztatu graficznego – zarówno cyfrowego, jak i tradycyjnego. Potrafi wykorzystać swój warsztat w celu prezentacji koncepcji wstępnych, oraz rozwijaniu ich w drodze projektowania. Potrafi dokonać analizy pojęć i zjawisk. Posiada podstawowe kompetencje komunikacyjne – potrafi werbalizować własne opinie, jest otwarty na uwagi.

C. Informacje dotyczące celów przedmiotu

C1- Pobudzenie wyobraźni studentów do twórczego i oryginalnego rozwiązywania problemów projektowych
 C2- Wykształcenie umiejętności współpracy oraz organizacji pracy w zespole projektowym
 C3- Rozwijanie myślenia analitycznego i szacowania ryzyka w myśleniu projektowym
 C4 – Rozwijanie warsztatu twórczego z uwzględnieniem indywidualnych predyspozycji
 C5 – Nabycie umiejętności komunikacyjnych z podmiotami zewnętrznymi w celach konsultacji projektowych, zdobywania środków, organizacji działań itp.
 C6 - Wykształcenie umiejętności swobodnego i świadomego poruszania się w działaniach intermedialnych i interdyscyplinarnych

D. Efekty uczenia się dla przedmiotu (EK)

Efekty kierunkowe

efekty uczenia się dla kwalifikacji na

(opis osiągnięć studenta po ukończeniu przedmiotu)		poziomach 6-8 Polskiej Ramy Kwalifikacji wg. Rozporządzenia MNiSW
WIEDZA: absolwent zna i rozumie		
Dysponuje pogłębioną wiedzą dotyczącą środków ekspresji i umiejętności warsztatowych pokrewnych dyscyplin artystycznych i projektowych, wykorzystywanych w komunikacji wizualnej	K7_W01	P7S_WG
Posiada zaawansowaną wiedzę dotyczącą realizacji prac projektowych w zakresie dotyczącym grafiki i szeroko pojętych sztuk wizualnych	K7_W02	P7S_WG
Posiada wiedzę pozwalającą swobodnie korzystać z różnorodnych mediów oraz umiejętność samodzielnego poszerzania i rozwijania wiedzy	K7_W03	P7S_WG
Dysponuje wiedzą potrzebną do tworzenia i realizowania własnych, oryginalnych koncepcji projektowych	K7_W04	P7S_WG
Posiada gruntowną wiedzę z zakresu sztuk wizualnych	K7_W05	P7S_WG
Zna i rozumie źródła i formy inspiracji leżących w obszarach kultury, sztuki i dizajnu umożliwiające swobodę wypowiedzi projektowej	K7_W06	P7S_WG
Dysponuje poszerzoną wiedzą z zakresu dyscyplin pokrewnych, pozwalającą na realizację projektów zespołowych (także o charakterze interdyscyplinarnym)	K7_W08	P7S_WG
Posiada poszerzoną wiedzę dotyczącą publikacji z zakresu sztuk projektowych	K7_W12	P7S_WG
UMIEJĘTNOŚCI: absolwent potrafi		
Posiada wysoko rozwiniętą osobowość artystyczną, umożliwiającą tworzenie i realizowanie oryginalnych koncepcji projektowych w zakresie komunikacji wizualnej i marketingowej	K7_U01	P7S_UW
Dysponuje zaawansowanymi umiejętnościami w posługiwaniu się właściwą techniką i technologią w trakcie realizacji prac projektowych w zakresie kreowania kampanii medialnych	K7_U02	P7S_UW
Dysponuje zaawansowanymi umiejętnościami pozwalającymi w sposób kreatywny i swobodny skonstruować język wypowiedzi wizualnej	K7_U03	P7S_UW
Jest przygotowany do współpracy z innymi osobami w ramach prac zespołowych, także o charakterze interdyscyplinarnym oraz do objęcia wiodącej roli w takich zespołach	K7_U05	P7S_UO
Rozwijając umiejętności zdobyte na studiach I stopnia, poprzez indywidualną pracę, poszerza swoje zdolności do tworzenia, realizowania i prezentowania działań projektowych	K7_U06	P7S_UW P7S_UU
Posiada zaawansowane umiejętności obsługi podstawowych programów, sprzętów/urządzeń wykorzystywanych w kreowaniu działań wizualnych	K7_U07	P7S_UW P7S_UU
Posiada świadomość niezbędną do uzasadnienia własnych twórczych motywacji, otwartą na odmienne widzenie świata i subiektywne obrazowanie	K7_U08	P7S_UW P7S_UU
KOMPETENCJE SPOŁECZNE: absolwent jest gotów do		
Ma świadomość wagi nieustającego kształcenia się oraz potrafi ukierunkowywać innych w tym zakresie	K7_K01	P7S_KR P7S_UU
W warunkach ograniczonego dostępu do potrzebnych informacji, w ramach zdobytej wiedzy, wykazuje się kreatywnością i samodzielnością w działaniach na polu twórczym i zawodowym	K7_K03	P7S_KR

D1. Treści programowe

wykład			ćwiczenia		
semestr I					
typ	temat	liczba godz	typ	temat	Liczba godz
Wk	1.Podstawy komunikacji – proces, narzędzia. 2. Kampanie społeczne – przykłady, omówienie 3. Proces projektowy – AIDA, design thinking, metody kreatywne i analityczne 4. Briefing – metody, praktyka	5	Ćws	Temat pracy semestralnej wybierany jest poprzez omówienie i konsultację indywidualnych propozycji przez ustalony zespół projektowy. Tematyka prac może w dowolny sposób dotyczyć kwestii społecznych, etycznych, środowiskowych i kulturalnych, oraz zawierać się w szerokim obszarze medialnym i dyscyplinarnym. Praca nad tematem zawiera szerokie rozeznanie problemu, analizy, konsultacje – również z uwzględnieniem podmiotów zewnętrznych. Indywidualna praca poszczególnych członków zespołu w ramach zadania stanowi integralną część pracy zespołowej. Dopuszczalne jest poszerzenie programu o tematy związane z projektami zewnętrznymi, konkursami itp.	55
semestr II					
typ	temat	liczba godz	typ	temat	Liczba godz
Wk			Ćws	Temat pracy semestralnej wybierany jest poprzez omówienie i konsultację indywidualnych propozycji przez ustalony zespół projektowy. Tematyka prac może w dowolny sposób dotyczyć kwestii społecznych, etycznych, środowiskowych i kulturalnych, oraz zawierać się w szerokim obszarze medialnym i dyscyplinarnym ze szczególnym naciskiem na niestandardowe metody komunikacji. Praca nad tematem zawiera szerokie rozeznanie problemu, analizy,	60

				<p>konsultacje – również z uwzględnieniem podmiotów zewnętrznych. Indywidualna praca poszczególnych członków zespołu w ramach zadania stanowi integralną część pracy zespołowej.</p> <p>Dopuszczalne jest poszerzenie programu o tematy związane z projektami zewnętrznymi, konkursami itp.</p>	
semestr III					
semestr III					
typ	temat	liczba godz	typ	temat	Liczba godz
Wk			Ćws	<p>Temat pracy semestralnej wybierany jest poprzez omówienie i konsultację indywidualnych propozycji przez ustalony zespół projektowy.</p> <p>Tematyka prac może w dowolny sposób dotyczyć kwestii społecznych, etycznych, środowiskowych i kulturalnych, oraz zawierać się w szerokim obszarze medialnym i dyscyplinarnym ze szczególnym naciskiem na niestandardowe metody komunikacji.</p> <p>Praca nad tematem zawiera szerokie rozeznanie problemu, analizy, konsultacje – również z uwzględnieniem podmiotów zewnętrznych. Indywidualna praca poszczególnych członków zespołu w ramach zadania stanowi integralną część pracy zespołowej.</p> <p>Dopuszczalne jest poszerzenie programu o tematy związane z projektami zewnętrznymi, konkursami itp.</p>	60

D2. Powiązanie z badaniami naukowymi/artystycznymi

Temat zadania badawczego/nazwa projektu:

Kampanie społeczne/promocyjne realizowane w oparciu o współpracę i konsultacje z podmiotami zewnętrznymi

Sposób zapewnienia udziału studentów w prowadzonych badaniach: Czynny udział w konsultowaniu projektów, organizacji współpracy, realizacji projektów

E1. Literatura obowiązkowa
1. Witek E. (2014) <i>Komunikacja wizualna. Nowoczesne narzędzia</i> . Wrocław: Astrum 2. Hatańska N. (2014) <i>Cząstki przyciągania. Jak budować niestandardowe kampanie reklamowe</i> . Gliwice: Helion 3. Arnheim R. (2004) <i>Sztuka i percepcja wzrokowa</i> . Gdańsk: słowo/obraz terytoria 4. Kwartalniki „2+3D”, Fundacja Rzecz Piękna
E2. Literatura uzupełniająca
Kampaniespoleczne.pl Brief.pl

F. Forma i warunki zaliczenia przedmiotu						
Warunki zaliczenia				Warunki egzaminu		
Projekt semestralny - 50%				- terminowa realizacja zadania semestralnego - aktywność na zajęciach - autoprezentacja		
Autoprezentacja - 20%						
Aktywność w zespole - 20%						
Postęp w procesie kształcenia - 10%						
Inne:						
Projekt zaliczeniowy musi zostać oddany w formie drukowanej planszy prezentacyjnej 100x70 cm.						
Do zaliczenia projekty należy przygotować również w wersji cyfrowej do druku (skala 1:1, plik w formacie .tiff, CMYK, 300 dpi) oraz do podglądu (plik .jpg, dłuższy bok 1500 px, 96 ppi, RGB).						
ocena celująca	ocena bardzo dobra	ocena dobra plus	ocena dobra	ocena dostateczna plus	ocena dostateczna	ocena niedostateczna
wybitne osiągnięcia bez najmniejszych błędów	bardzo dobre osiągnięcia - z dopuszczeniem jedynie drugorzędnych błędów	praca powyżej średniego standardu - z pewnymi błędami	ogólnie solidna praca z zauważal- nymi błędami	praca zadowalająca, ale ze znaczącymi brakami	praca spełnia minimalne kryteria	praca nie spełnia minimalnych kryteriów - student musi powtórzyć całość materiału

G. Nakład pracy studenta	
Forma aktywności	średnia liczba godzin
godziny kontaktowe z nauczycielem	60+60+60
przygotowanie do zajęć	20+20+20
opracowanie materiału po zajęciach	20+20+20
konsultacje/ egzamin/sprawdzian/przegląd/przesłuchanie	10+10+10
przygotowanie do egzaminu/przeglądu/przesłuchania	10+10+10
suma godzin	120+120+120
liczba punktów ECTS	4+4+4



.....
Podpis Autora treści sylabusa

.....
Podpis Osób odpowiedzialnych dydaktycznie

.....
Podpis Przewodniczącego Rady Programowej

20.09.2020
Data sporządzenia sylabusa