	Akademia Sztuki w Szczecinie	
	Wydział	Grafiki
	kierunek:	Grafika
	specjalność:	Grafika Projektowa
	poziom:	II stopień
	forma:	Stacjonarne
	profil:	ogólnoakademicki

SYLABUS

A. Informacje ogólne					
nazwa przedmiotu	Wybrana Pracownia Uzupełniająca I: Pracownia Multimedialnego Projektowania Graficznego	kod przedmiotu (z planu studiów)	GP.II.D2	przynależność do bloku Blok kierunkowy dyplomowy	
prowadzący	Prof. dr hab. Lex Drewinski,	e-mail	lex.drewinski@akademiasztuki.eu agata.pelechaty@akademiasztuki.eu		
rok	I, II	semestr	1,2,3	punkty ECTS 4+4+4	
typ przedmiotu	obieralny	język wykładowy	polski		
liczba godzin	wykłady	6+6+6		suma	180
	ćwiczenia	54+54+54			
	warsztaty				
	E-learning				

B. Wymagania wstępne w zakresie wiedzy, umiejętności i kompetencji
<p>Semestr 1 Student posiada bazową wiedzę z zakresu podstawowych pojęć komunikacji wizualnej, jak: kompozycja, forma, faktura, skala, dynamika, statyka, przestrzeń, symetria, asymetria, abstrakcja, kontrast, proporcje, typografia. Posiada umiejętność dokonywania analizy zjawisk i pojęć oraz umiejętność wyrażania koncepcji w formie projektu dwuwymiarowego. Posiada także podstawowe umiejętności w zakresie tradycyjnego, jak i cyfrowego warsztatu graficznego.</p> <p>Semestr 2 Zaliczenie 3 semestru w Pracowni Multimedialnego Projektowania Graficznego. Student posiada zdolność do samodzielnej analizy tematu. Student rozumie różnice w podejściu do projektowania wynikające ze specyfiki nośników tradycyjnych oraz cyfrowych. Wykazuje zdolność wyczucia typografii na potrzeby projektowania plakatu oraz innych materiałów graficznych, zarówno tradycyjnych, jak i cyfrowych.</p>

Rozumie podstawowe pojęcia z zakresu projektowania graficznego. Posiada podstawową wiedzę i umiejętności związane z projektowaniem graficznym. Posiada zdolność uproszczenia formy i dokonania analizy proponowanego tematu.

Semestr 3

Potrafi dokonać autoprezentacji projektu przygotowanego w oparciu o współczesny warsztat graficzny.

C. Informacje dotyczące celów przedmiotu

Semestr 1

C1 – Wykształcenie studenta jako projektanta świadomego możliwości autorskiej wypowiedzi poprzez plakat oraz inne formy artystycznej kreacji (film, kampania)

C2 – Rozwijanie umiejętności szczegółowej analizy opracowywanego zagadnienia. Wykształcenie umiejętności budowania odpowiedniego komunikatu do określonej grupy docelowej.

C3 – Rozwijanie osobistych predyspozycji studenta.

C4 – Rozwijanie umiejętności doboru adekwatnych środków przekazu oraz opanowanie profesjonalnych technik projektowych i realizacyjnych.

C5 – Przygotowanie do kolejnych etapów zdobywania wiedzy i umiejętności z zakresu projektowania graficznego.

Semestr 2

C1 – Kontynuacja rozwijania umiejętności projektowania graficznego, wycucia formy w stosunku do analizowanego tematu oraz dobór odpowiednich nośników do przekazywanej informacji.

C2 – Nauka budowania czytelnych komunikatów wizualnych opartych na spójnych projektach.

C3 – Rozwijanie osobistych predyspozycji studenta i jego zdolności autoprezentacji.

C4 – Nabywanie kompetencji do pracy w grupie projektowej.

Semestr 3

C1 – Kontynuacja rozwijania umiejętności projektowania graficznego, wycucia formy w stosunku do analizowanego tematu oraz dobór odpowiednich nośników do przekazywanej informacji.

C2 – Nauka budowania czytelnych komunikatów wizualnych opartych na spójnych projektach.

C3 – Rozwijanie osobistych predyspozycji studenta i jego zdolności autoprezentacji.

D. Efekty uczenia się dla przedmiotu (EK)

(opis osiągnięć studenta po ukończeniu przedmiotu)

Efekty kierunkowe

efekty uczenia się dla kwalifikacji na 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.

K7_W01

P7S_WG

Definiuje i interpretuje wzajemne relacje zachodzące pomiędzy teoretycznymi i praktycznymi aspektami szeroko pojętej grafiki

K7_W07

P7S_WG

Posiada wiedzę dotyczącą sztuki współczesnej.

K7_W10

P7S_WG

Zna i rozumie procesy zachodzące w ramach komunikacji społecznej .

K7_W13

P7S_WG

Posiada ogólną wiedzę z zakresu psychofizjologii i socjologii reklamy

K7_W15

P7S_WG

UMIEJĘTNOŚCI: absolwent potrafi		
Dysponuje zaawansowanymi umiejętnościami w posługiwaniu się właściwą techniką i technologią w trakcie realizacji prac artystycznych i projektowych w zakresie wybranej specjalności.	K7_U02	P7S_UW
Dysponuje zaawansowanymi umiejętnościami pozwalającymi w sposób kreatywny i swobodny skonstruować własny, niezależny język wypowiedzi artystycznej.	K7_U03	P7S_UW
Kontynuując i rozwijając umiejętności zdobyte na studiach I stopnia, poprzez indywidualną pracę, utrzymuje i poszerza swoje zdolności do tworzenia, realizowania i prezentowania własnych koncepcji artystycznych.	K7_U06	P7S_UW P7S_UU
Posiada zaawansowane umiejętności obsługi programów i sprzętu/urządzeń do obróbki grafiki 2D/3D oraz do montażu obrazu i dźwięku.	K7_U07	P7S_UW P7S_UU
Posiada świadomość niezbędną do uzasadnienia własnych twórczych motywacji, otwartą na odmienne widzenie świata i subiektywne obrazowanie.	K7_U10	P7S_UK
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_KO P7S_K
Świadomie umie zaplanować swoją ścieżkę kariery zawodowej na podstawie zdobytych na studiach umiejętności i wiedzy, wykorzystując również wiedzę zdobytą w procesie ustawicznego samokształcenia.	K7_K04	P7S_KR P7S_KO P7S_UU
Posiada umiejętność krytycznej oceny własnych działań twórczych i artystycznych oraz umie poddać takiej ocenie inne przedsięwzięcia z zakresu kultury, sztuki i innych dziedzin działalności artystycznej.	K7_K06	P7S_KK
Inicjuje działania artystyczne w zakresie szeroko pojętej kultury (podejmowanie projektów o charakterze interdyscyplinarnym lub też wymagającym współpracy z przedstawicielami innych dziedzin sztuki i nauki).	K7_K09	P7S_KO P7S_KR

D1. Treści programowe					
wykład			ćwiczenia		
semestr I					
typ	temat	Liczba godz	typ	temat	

Wk	„Oczy w słup! - Historia plakatu”	1	Ćws	Tematy do wyboru. Realizacja min. 3 wybranych tematów z przedstawionych 8-10 zagadnień. Realizacja może mieć formę plakatu, filmu, lub stanowić inne rozwiązanie autorskie.
	„Plakat filmowy - Polska szkoła plakatu przeciw reszcie świata (zachodniego)”.	1		
	„Liternicze eksperymenty we współczesnym plakacie niemieckim i szwajcarskim”.	1		
	„Postcards from the Boys - Postcards from John, Paul & George to Ringo”.	1		
	„Najmniejszy dizajn świata: historia znaczka pocztowego”.	1		
	„Pracuję tylko z klientami, którzy są inteligentniejsi ode mnie”. Stefan Sagmeister – portret.	1		Kampania reklamowa. Oferta stała w postaci wielotematycznych zadań (do wyboru) mających charakter eksperymentalny, zarówno pod względem wyboru idei, formy (2D, 3D, film) jak i użytych środków. W skład jednej kampanii reklamowej powinno wchodzić szereg pojedynczych elementów. Ćwiczenie ze względu na złożoność oraz stopień trudności wykonania, ma na celu umożliwienie studiującemu przygotowanie się do przyszłych prac licencjackich.
				Praca konkursowa. Ćwiczenie polega na udziale w jednym z aktualnych konkursów dla dizajnerów pod opieką prowadzącego pracownię. Uczestnictwo to umożliwi studiującemu od pierwszego semestru zaistnieć obok profesjonalistów. Dodatkowym atutem dla studiującego jest ocena jego pracy przez zespół autorytetów o krajowej lub międzynarodowej renomie. Oferta ta wychodzi naprzeciw konkursowemu charakterowi zawodu grafika projektanta. Dodatkowym atutem jest konfrontacja wiedzy i talentu uczestnika konkursu z aktualnymi osiągnięciami i trendami w tej dziedzinie.

semestr II

typ	temat	Liczba godz	typ	temat
Wk	„Rock Design – Historia okładki płytowej”.	1	Ćws	Tematy do wyboru. Realizacja min. 3 wybranych tematów z przedstawionych 8-10 zagadnień. Realizacja może mieć formę plakatu, filmu, lub stanowić inne rozwiązanie autorskie.
	„Typo–grafika kontra Typo–plakat. Władysław Pluta kontra Melchior Imboden”.	1		
	Trylogia plakatu muzycznego na przykładzie trzech wybitnych indywidualności: Część I, Günther Kieser (D), Część II, Waldemar Świerzy (PL),	1		Kampania reklamowa. Oferta stała w postaci wielotematycznych zadań (do wyboru) mających charakter eksperymentalny, zarówno pod względem wyboru idei, formy (2D, 3D, film) jak i użytych środków. W skład jednej kampanii

	<p><i>Część III, Niklaus Troxler (CH).</i></p> <p>„Plakat do d...?. Oliviero Toscani – Portret największego skandalisty plakatu reklamowego”.</p> <p>„Franciszek Starowieyski (1630-2009) Największy „oryginał” polskiej szkoły plakatu”.</p> <p>„Miałem zostać malarzem a zostałem Świerzym”. Portret Waldemara Świerzego.</p>	1 1 1	<p>reklamowej powinno wchodzić szereg pojedynczych elementów. Ćwiczenie ze względu na złożoność oraz stopień trudności wykonania, ma na celu umożliwienie studiującym przygotowanie się do przyszłych prac licencjackich.</p> <p>Praca konkursowa. Ćwiczenie polega na obowiązkowym udziale w jednym z aktualnych konkursów dla dizajnerów pod opieką prowadzącego pracownię. Uczestnictwo to umożliwi studiującemu od pierwszego semestru zaistnieć obok profesjonalistów. Dodatkowym atutem dla studiującego jest ocena jego pracy przez zespół autorytetów o krajowej lub międzynarodowej renomie. Oferta ta wychodzi naprzeciw konkursowemu charakterowi zawodu grafika projektanta. Dodatkowym atutem jest konfrontacja wiedzy i talentu uczestnika konkursu z aktualnymi osiągnięciami i trendami w tej dziedzinie.</p>
--	---	---------------------	--

semestr III

typ	temat	Liczba godz	typ	temat
Wk	<p>„Zaangażowany dizajn z Izraela. Część I, Yossi Lemel”.</p> <p>„Zaangażowany dizajn z Izraela. Część II, David Tartakover”.</p> <p>„Ikony XX wieku – Che, he, he Guevara”.</p> <p>„Historia plakatu olimpijskiego”.</p> <p>„If You Can't Read This, It's Not For You” (Jeżeli nie możesz tego odczytać, to znaczy że nie jest to dla ciebie – Historia plakatu psychodelicznego”.</p> <p>„Najpiękniejsi Francuzi pochodzą z Nowego Jorku” Wzorcowa kampania reklamowa.</p>	1 1 1 1 1	Ćws	<p>Tematy do wyboru. Realizacja min. 3 wybranych tematów z przedstawionych 8-10 zagadnień. Realizacja może mieć formę plakatu, filmu, lub stanowić inne rozwiązanie autorskie.</p> <p>Kampania reklamowa. Oferta stała w postaci wielotematycznych zadań (do wyboru) mających charakter eksperymentalny, zarówno pod względem wyboru idei, formy (2D, 3D, film) jak i użytych środków. W skład jednej kampanii reklamowej powinno wchodzić szereg pojedynczych elementów. Ćwiczenie ze względu na złożoność oraz stopień trudności wykonania, ma na celu umożliwienie studiującym przygotowanie się do przyszłych prac licencjackich.</p> <p>Praca konkursowa. Ćwiczenie polega na udziale w jednym z aktualnych konkursów dla dizajnerów pod opieką prowadzącego pracownię. Uczestnictwo to umożliwi studiującemu od</p>

			<p>pierwszego semestru zaistnieć obok profesjonalistów. Dodatkowym atutem dla studiującego jest ocena jego pracy przez zespół autorytetów o krajowej lub międzynarodowej renomie. Oferta ta wychodzi naprzeciw konkursowemu charakterowi zawodu grafika projektanta. Dodatkowym atutem jest konfrontacja wiedzy i talentu uczestnika konkursu z aktualnymi osiągnięciami i trendami w tej dziedzinie.</p>
--	--	--	---

D2. Powiązanie z badaniami naukowymi/artystycznymi

Temat zadania badawczego/nazwa projektu:

Sposób zapewnienia udziału studentów w prowadzonych badaniach:

E1. Literatura obowiązkowa

Katalogi krajowych i międzynarodowych biennale, triennale plakatu.
Zdeno Kolesar, Jacek Mrowczyk „Historia Projektowania Graficznego”.

E2. Literatura uzupełniająca

1. Jacek Mrowczyk, Michał Warda „PGR. Projektowanie graficzne w Polsce” Karakter, 2010 Kraków
2. Hans Peter Willberg, Friedrich Forssman „Pierwsza pomoc w typografii”, słowo/obraz/terytoria, 2006 Gdańsk
3. Przemek Dębowski, Jacek Mrowczyk „Widzieć/Wiedzieć”, Karakter, 2011 Kraków
4. Oliviero Toscani „Reklama uśmiechnięte ścierwo”
5. Adrian Frutiger „Człowiek i jego znaki”
6. Andy Warhol „Das Tagebuch (dziennik)”
7. Marcin Markowski „100 x 70 przestrzeń plakatu”
8. Jacek Mrowczyk „Piękni XX-wieczni. Polscy projektanci graficy”

FILMY:

1. Michelangelo Antonioni „Powiększenie”
2. Jan Lenica „Labirynt”
3. George Dunning „Żółta łódź podwodna”
4. Zbigniew Rybczyński „Tango”
5. Zbigniew Rybczyński „Schody”
6. Julian Schnabel „Basquiat – Taniec śmierci”

F. Forma i warunki zaliczenia przedmiotu

Warunki zaliczenia:

aktywność, obecność na zajęciach, postępy, zaawansowanie projektu semestralnego.

Warunki egzaminu:

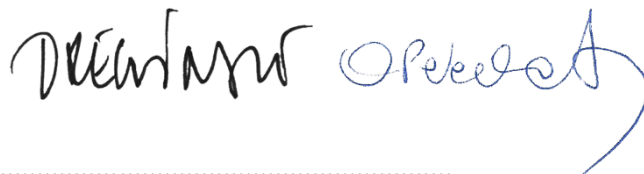
kompletność poszczególnych ćwiczeń składających się na całościowy projekt semestralny, egzamin praktyczny – przegląd prac semestralnych, autoprezentacja

Inne:					
ocena celująca	ocena bardzo dobra	ocena dobra plus	ocena dobra	ocena dostateczna plus	ocena dostateczna
wybitne osiągnięcia bez najmniejszych błędów	bardzo dobre osiągnięcia, z dopuszczeniem jedynie drugorzędnych błędów	praca powyżej średniego standardu, z pewnymi błędami	ogólnie solidna praca z zauważalnymi błędami	praca zadowalająca, ale ze znaczącymi brakami	praca spełnia minimalne kryteria

G. Nakład pracy studenta	
Forma aktywności	
godziny kontaktowe z nauczycielem (online)	60+60+60
przygotowanie do zajęć	30+30+30
opracowanie materiału po zajęciach	20+20+20
konsultacje/ egzamin/sprawdzian/przegląd/przesłuchanie	5+5+5
przygotowanie do egzaminu/przeglądu/przesłuchania	5+5+5
suma godzin	120+120+120
liczba punktów ECTS	4+4+4



.....
Podpis Autora treści sylabusu



.....
Podpis Osób odpowiedzialnych dydaktycznie

.....
Podpis Przewodniczącego Rady Programowej

28.09.2020
Data sporządzenia sylabusu