

	Akademia Sztuki w Szczecinie	
	Wydział	Grafiki
	kierunek:	Grafika
	specjalność:	Grafika projektowa
	poziom:	Studia I stopnia
	forma:	stacjonarne
	profil:	ogólnoakademicki

SYLABUS

A. Informacje ogólne						
nazwa przedmiotu		Wybrana pracownia kierunkowa 1: Projektowanie Kampanii Społecznych	kod przedmiotu (z planu studiów)	GP.I.E8	przynależność do bloku	Blok kierunkowy
prowadzący		dr Adam Klasa			e-mail	adam.klasa@akademiasztuki.eu
rok	II/III	semestr	3-6		punkty ECTS	6+6+10+12
typ przedmiotu		obowiązkowy/obieralny			język wykładowy	polski
liczba godzin		wykłady	4+0+0+0		suma	240
		ćwiczenia	56+60+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 podstawową wiedzą dotyczącą środków ekspresji i umiejętności warsztatowych pokrewnych dyscyplin artystycznych i projektowych, wykorzystywanych w komunikacji wizualnej	K6_W01	P6S_WG
Posiada podstawową wiedzę dotyczącą realizacji prac projektowych w zakresie dotyczącym grafiki i szeroko pojętych sztuk wizualnych	K6_W02	P6S_WG
Posiada podstawową wiedzę dotyczącą własnego warsztatu twórczego	K6_W03	P6S_WG
Posiada wiedzę dotyczącą kreacji artystycznej i procesu projektowego, rozumie różnice jakie je dzielą	K6_W04	P6S_WG
Posiada ogólną znajomość podstawowych publikacji z zakresu sztuk projektowych	K6_W06	P6S_WG
Posiada wiedzę dotyczącą stylów w sztuce oraz związanych z nimi tradycji twórczych	K6_W08	P6S_WG
Posiada znajomość aktualnych zjawisk i tendencji w sztuce, grafice i dizajnie	K6_W09	P6S_WG
Rozpoznaje i definiuje wzajemne relacje zachodzące pomiędzy teoretycznymi i praktycznymi aspektami pracy projektowej	K6_W10	P6S_WG
Orientuje się w technologiach stosowanych w sztukach wizualnych	K6_W11	P6S_WG
Posiada podstawową wiedzę z zakresu psychologii zmysłów	K6_W16	P6S_WG
UMIEJĘTNOŚCI: absolwent potrafi		
Dysponuje manualnymi i technologicznymi umiejętnościami niezbędnymi do tworzenia i realizowania własnych koncepcji projektowych	K6_U01	P6S_UW
Umie świadomie posługiwać się narzędziami manualnego warsztatu artystycznego i projektowego	K6_U02	P6S_UW
Posiada umiejętność obsługi podstawowych programów, sprzętów/urządzeń wykorzystywanych w kreowaniu działań wizualnych	K6_U03	P6S_UW
Umie podejmować samodzielne decyzje w zakresie projektowania i realizacji własnych prac projektowych	K6_U04	P6S_UW
Posiada doświadczenie w realizowaniu własnych działań projektowych w oparciu o zróżnicowane stylistycznie koncepcje	K6_U07	P6S_UW
Wykazuje zrozumienie wzajemnych relacji zachodzących pomiędzy rodzajem stosowanej ekspresji a niesionym przez dzieło komunikatem – odpowiedniość środków	K6_U08	P6S_UW
Posiada zdolność obserwowania otoczenia jako inspiracji do zadań twórczych	K6_U09	P6S_UW
Zna i stosuje efektywne techniki ćwiczenia umiejętności warsztatowych, umożliwiające ciągły rozwój przez samodzielną pracę	K6_U10	P6S_UW P6S_UU
Zna formy zachowań związane z publicznymi prezentacjami własnych dokonań	K6_U13	P6S_UK
KOMPETENCJE SPOŁECZNE: absolwent jest gotów do		
Rozumie potrzebę i zna możliwości ciągłego doskonalenia się, podnoszenia kompetencji zawodowych, osobistych i społecznych	K6_K01	P6S_UU P6S_KR
Samodzielnie podejmuje niezależne prace, wykazując się umiejętnościami zbierania, analizy i świadomego interpretowania potrzebnych informacji	K6_K02	P6S_UU P6S_KR
Właściwie dobiera źródła i informacje z nich pochodzące (książki, czasopisma, nagrania, internet), selekcjonuje materiały pod względem ich wiarygodności oraz dokonuje syntezy tychże informacji na potrzeby projektowania kampanii	K6_K03	P6S_KR
Przestrzega zasad etyki zawodowej i wymaga tego od innych	K6_K04	P6S_KR P6S_KO

Realizuje koncepcje kampanii oparte na zróżnicowanej stylistyce, wynikającej z wykorzystania wyobraźni, ekspresji, intuicji – odpowiadającym założonym celom	K6_K05	P6S_KR P6S_KK
W sposób zorganizowany podchodzi do rozwiązywania problemów projektowych	K6_K06	P6S_KR P6S_KK
Posiada umiejętność adaptowania się do zmiennych okoliczności projektowych, które mogą występować podczas wykonywania pracy zawodowej lub twórczej	K6_K07	P6S_KR P6S_KK
Jest zdolny do efektywnego wykorzystania wyobraźni, intuicji, twórczej postawy i samodzielnego myślenia w celu rozwiązywania problemów projektowych	K6_K08	P6S_KR P6S_KK
Posiada umiejętność samooceny, jak też jest zdolny do budowania konstruktywnej krytyki w obrębie działań projektowych	K6_K10	P6S_KR P6S_KK
Umiejętnie komunikuje się w obrębie własnego środowiska i społeczności	K6_K12	P6S_KO P6S_KR
W sposób świadomy i profesjonalny umie zaprezentować koncepcje projektowe	K6_K14	P6S_KO P6S_KR
Umie posługiwać się fachową terminologią z zakresu sztuk projektowych oraz komunikacji wizualnej/marketingowej	K6_K15	P6S_KO P6S_KR
Umie włączyć się twórczo w realizację zadań instytucji o charakterze społecznym i kulturalnym w zakresie sztuk wizualnych	K6_K16	P6S_KO P6S_KR
Uznaje znaczenie wiedzy i doświadczenia w rozwiązywaniu problemów poznawczych i praktycznych, potrafi korzystać ze wsparcia ekspertów z danej dziedziny w kształtowaniu komunikacji wizualnej	K6_K17	P6S_KK

D1. Treści programowe					
wykład			ćwiczenia		
semestr III					
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	4	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	65

				<p>część pracy zespołowej.</p> <p>Dopuszczalne jest poszerzenie programu o tematy związane z projektami zewnętrznymi, konkursami itp.</p>	
semestr IV					
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>	75
semestr V					
typ	temat	liczba godz	typ	temat	Liczba godz
			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 kultu-</p>	60

				<p>ralnych, oraz zawierać się w szerokim obszarze medialnym i dyscyplinarnym.</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>	
semestr VI					
typ	temat	liczba godz	typ	temat	Liczba godz
			Ćws	<p>Temat pracy dyplomowej licencjackiej wybierany jest poprzez omówienie i konsultację indywidualnych propozycji.</p> <p>Tematyka prac może w dowolny sposób dotyczyć kwestii społecznych, etycznych, środowiskowych i kulturalnych, oraz zawierać się w szerokim obszarze medialnym i dyscyplinarnym.</p> <p>Praca nad tematem zawiera szerokie rozeznanie problemu, analizy, konsultacje – również z uwzględnieniem podmiotów zewnętrznych.</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) *Komunikacja wizualna. Nowoczesne narzędzia*. Wrocław: Astrum

2. Hatałska N. (2014) *Częstki przyciągania. Jak budować niestandardowe kampanie reklamowe*. Gliwice: Helion

3. Arnheim R. (2004) *Sztuka i percepcja wzrokowa*. 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 zauważalnymi 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+60
przygotowanie do zajęć	30+30+50+50
opracowanie materiału po zajęciach	30+30+50+50
konsultacje/ egzamin/sprawdzian/przegląd/przesłuchanie	20+20+40+50
przygotowanie do egzaminu/przeglądu/przesłuchania	10+10+50+90
suma godzin	150+150+250+300
liczba punktów ECTS	6+6+10+12



.....
 Podpis Autora treści sylabusu

.....
 Podpis Osób odpowiedzialnych dydaktycznie

.....
 20.09.2020

Podpis Przewodniczącego Rady Programowej

Data sporządzenia sylabusa