	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 Artystyczna lub Kierunkowa: Pracownia Multimedialnego Projektowania Graficznego	kod przedmiotu (z planu studiów)	GP.II.B1	przynależność do bloku Blok kursów obieralnych	
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.</p>

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. 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 możliwość 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, wyczucia 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, wyczucia 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	<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 studiującemu 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 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>
	„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		

semestr II

typ	temat	Liczba godz	typ	temat
Wk	„Rock Design – Historia okładki płytowej”.	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</p>
	„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		

	<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

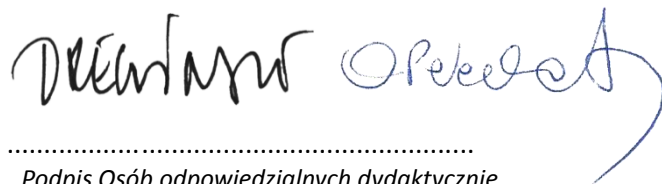
Inne:					
ocena celująca	ocena bardzo dobra	ocena dobra plus	ocena dobra	ocena dostateczna plus	ocena dostateczna
wybitne osiągnięcia bez najmniejszych błędów	bardzo dobre osiągnięcia, z dopuszczeniem jedynie drugorzędnych błędów	praca powyżej średniego standardu, z pewnymi błędami	ogólnie solidna praca 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