Sylabus przedmiotu

Kod przedmiotu:	A-2G25p-II-3
Przedmiot:	**Pracownia dyplomowa - grafika projektowa**
Kierunek:	Grafika, II stopień [4 sem], stacjonarny, ogólnoakademicki, rozpoczęty w: 2012
Specjalność:	grafika projektowa
Rok/Semestr:	II/3
Liczba godzin:	60,0
Nauczyciel:	**Mazurek Grzegorz, prof. dr hab.**
Forma zajęć:	laboratorium
Rodzaj zaliczenia:	zaliczenie na ocenę
Punkty ECTS:	11,0
Godzinowe ekwiwalenty punktów ECTS (łączna liczba godzin w semestrze):	20,0 Godziny kontaktowe z prowadzącym zajęcia realizowane w formie konsultacji 60,0 Godziny kontaktowe z prowadzącym zajęcia realizowane w formie zajęć dydaktycznych 170,0 Przygotowanie się studenta do zajęć dydaktycznych 65,0 Przygotowanie się studenta do zaliczeń i/lub egzaminów 15,0 Studiowanie przez studenta literatury przedmiotu
Poziom trudności:	zaawansowany
Wstępne wymagania:	• Umiejętność analizy struktury jak i podstawowych elementów kształtowania komunikatu wizualnego – od umiejętności świadomej organizacji płaszczyzny, określania relacji między kształtem, barwą, fakturą i układem form plastycznych, poprzez posługiwanie się sygnałem barwnym, kontrastem, skalą czy rytmiką jako nośnikami emocji. Umiejętność zastosowania w projekcie czytelnego przekazu wizualnego, począwszy od analizy treściowo-znaczeniowej do wyboru właściwych środków plastycznych, warsztatu, formy czy konwencji ostatecznej realizacji. • Zaawansowana umiejetność posługiwania się programami Adobe Photoshop, Adobe Illustrator, Adobe InDesign, Adobe InCopy, Adobe Acrobat Professional. • Zaawansowana znajomość typografi i zagadnień zwiazanych z wydawniczym składem i łamaniem tekstu.
Metody dydaktyczne:	• autoekspresja twórcza • ćwiczenia przedmiotowe • dyskusja dydaktyczna • konsultacje • korekta prac • objaśnienie lub wyjaśnienie • pokaz • wykład informacyjny • wykład problemowy • z użyciem komputera
Zakres tematów:	• W procesie nauczania położony zostaje duży nacisk na wytworzenie u studenta zdolności podejmowania szerokiego spektrum zadań projektowych, wypracowanie umiejętności wnikliwego zdefiniowania problemu oraz umiejętności dostosowania warsztatu do zamierzonych efektów końcowych. • Wskazanie na złożone formy opracowań edytorskich łączące elementy typografii, obrazu, ilustracji, itp. Opracowanie projektu adresowanego do realizacji w konkretnych technikach poligraficznych. Kolejnym ważnym elementem programu jest rozwinięcie umiejętności kształtowania formy graficznej, jej relacja z otaczającą przestrzenią, analiza jej wewnętrznej struktury i relacji pomiędzy środkami wypowiedzi, a treścią wizualnego przekazu. Wskazanie na konieczność nieustannej weryfikacji własnych pomysłów oraz poszukiwanie indywidualnego języka wyrazu i formy artystycznej w kontekscie zjawisk występujących we współczesnym projektowaniu graficznym. Uświadomienie (poprzez rodzaj stawianych zadań) różnicy między pojęciami: „wypowiedź subiektywna” (autorska - swobodna i otwarta) oraz „wypowiedź obiektywna” (na umowne zamówienie - pełna trudnych do spełnienia warunków technicznych czy merytorycznych). • Wypracowanie umiejętności realizowania projektu zgodnie z potrzebami klienta jak i zachowania artystycznej (indywidualnej formy wypowiedzi) odpowiedzialności za swoje dzieło. • Rozróżnienie specyfiki form wydawniczych (np. plakat, ilustracja, książka, katalog, afisz, wydawnictwo, opakowanie). • Wprowadzenie studenta w zaawansowane zagadnienia techniczne z zakresu DTP (ang. Desktop Publishing) takich jak: skład, impozycja czy separacja barwna, jak również zapoznanie studenta z wiedzą technologiczną z zakresu postpress – introligatornia, procesy wykończeniowe, takie jak: proces druku, falcowanie, bigowanie, laminowanie, sztancowanie, i tym podobne. • Wprowadzenie studenta w zakres psychologii reklamy – skuteczność przekazu reklamowego, marketingu (reklama prasowa, reklama bezpośrednia w miejscu sprzedaży).
Forma oceniania:	• obecność na zajęciach • ocena ciągła (bieżące przygotowanie do zajęć i aktywność) • zaliczenie praktyczne
Warunki zaliczenia:	Procentowy udział w ocenie końcowej: • 15% – Podstawą do oceny jest postawa studenta w czasie zajęć: aktywne uczestnictwo w zajęciach, systematyczność i umiejętność szeroko pojętej organizacji pracy. • 10% – Premiowana będzie postawa poszukująca, pogłębione studiowanie zagadnień zawartych w programie. Ważnym elementem oceny jest także regularność spotkań i równomierna zaangażowanie w całym semestrze. • 75% – realizacja dyplomowego tematu.

Literatura:	1. 2+3D, grafika plus produkt, ogólnopolski kwartalnik projektowy, Wydawca Fundacja Rzecz Piękna, Kraków. 2. A. Frutiger, Człowiek i jego znaki, Wydawnictwo Do, Wydawnictwo Optima, Warszawa, 2003. 3. E. H. Gombrich, SZTUKA i złudzenie, Państwowy Instytut Wydawniczy, Warszawa, 1981. 4. R. Arnheim, Sztuka i percepcja wzrokowa. Psychologia twórczego oka, Warszawa, Wydawnictwa Artystyczne i Filmowe, 1978. 5. W. Kandinsky, Punkt i linia a płaszczyzna, Wydawnictwo PIW, Warszawa,1986. 6. J. Sarzyńska-Putowska, Komunikacja wizualna, Kraków, 2006. 7. H. Piątkiewicz, Typografia w zarysie, Wydawnictwo GFX, Warszawa, 1998. 8. Q. Newark, Design i grafika dzisiaj - podręcznik grafiki użytkowej, ABE Dom Wydawniczy, Warszawa 2006. 9. A. Twemlowe, Czemu służy grafika użytkowa? - podręcznik grafiki użytkowej, ABE Dom Wydawniczy, Warszawa, 2006. 10. G. Ambrose, P. Harris, Twórcze projektowanie, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa, 2007. 11. K. Burtenshaw, N. Mahon, C. Barfoot, Kreatywana reklama, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa, 2007. 12. R. Chwałowski, Typografia typowej książki, Wydawnictwo Helion, Gliwice, 2002. 13. R. Williams, Mistrzowskie zastosowanie czcionek, Wydawnictwo Helion, Gliwice, 2003. 14. L. Bhaskaran, Design XX wieku, Główne nurty i style we współczesnym designie, ABE Dom Wydawniczy, Warszawa, 2006. 15. J. Felici, Kompletny przewodnik po typografii, Wydawnictwo Słowo/Obraz/Terytoria, Gdańsk 2006. 16. H. P. Willberg, Pierwsza pomoc w typografii, Wydawnictwo Słowo/Obraz/Terytoria, Gdańsk, 2006. 17. Ch. P. Fiell, projektowanie graficzne w XXI wieku, Wydawnictwo Taschen, Warszawa, 2006. 18. L. Bhaskaran, What is publication Design?, Wydawnictwo RotoVision, 2007. 19. Praca zbiorowa, FORK, The Beast Product Design, Wydawnictwo Phaidon, 2006. 20. D. Bann, All New Print Production Handbook, Wydawnictwo Rotovision, 21. Ch. P. Fiell, Designing The 21st Century, Wydawnictwio Taschen, 2006. 22. C. Fishel, Redesigning Identity Graphic Design Strategies for Success, Wydawnictwo Rockport Publishers, 2002. 23. R. Klanten, M. Mischler, N. Thönen, S. Bilz, Type-One, Wydawnictwo: Die Gestalten Verlag, 2005. 24. P. Sergio, V. Pierpaolo, ABC of 20th century graphics, Wydawnictwo: Electa, 2005. 25. J. David, About Face Reviving the Rules of Typography, Wydawnictwo RotoVision, 2002. 26. Praca zbiorowa, Area 100 Graphic Designers, Wydawnictwo Phaidon, 2005. 27. R. Fawcett-Tang, print and production finishes for brochures and catalogs, Wydawnictwo RotoVision, 2004. 28. M. Mischler, Los Logos, Wydawnictwo Die Gestalten Verlag, 2004. 29. R. Muller, Dos Logos, Wydawnictwo Die Gestalten Verlag, 2005. 30. R. Klanten, N. Bourquin, T. Geiger, Tres Logos, Wydawnictwo Die Gestalten Verlag, 2006. 31. L. McQuiston, Graphic Agitation, Wydawnictwo Phaidon, 2006. 32. L. McQuiston, Graphic Agitation 2, Wydawnictwo Phaidon, 2006. 33. C. Knight J. Glasser, the graphic designer's guide to effective visual communication, Wydawnictwo Rotovision, 2007. 34. Ch. P. Firell, Graphic Design Now, Wydawnictwo Taschen, 2005. 35. Ch. P. Fiell, Contemporary Graphic Design, Wydawnictwo Taschen, 2006. 36. B. Karg, C. Sidles, R. Sutherland, Graphic designer's print + color handbook, Wydawnictwo Rockport, 2005. 37. A. Weill, Graphics A Century of Poster and Advertising Desig, Wydawnictwo Thames Hudson, 2006. 38. Ch. Rivers, Identify Building Brand Through Letterheads Logos, Wydawnictwo Rotovision, 2003. 39. W. Harvey, 1000 Graphic Elements: Special Details for Distinctive Designs, Wydawnictwo Rockport, 2006. 40. W. Harvey, 1000 Type Treatments: From Script to Serif, Letterforms Used to Perfection, Wydawnictwo Rockport, 2007. 41. P. Baines, A. Haslam, Type and Typography, Wydawnictwo Lawrence King, 2002. 42. 43. L. Parker, Interplay-interactive design, Wydawnictwo VA, 2004
Dodatkowe informacje:	• Przedmiot Grafika Projektowa – specjalizacja przygotowuje studentów do realizacji prac dyplomowych – studenci wybierając temat pracy dyplomowej dokonują twórczej syntezy zdobytej wiedzy i umiejętności i tym samym zamykają formalnie okres studiów. • Ostatnim, bardzo ważnym etapem realizacji programu, jest aktywizowanie studentów do działań twórczych na przykład takich jak wystawy, praktyki zawodowe, pokazy, wyjazdy edukacyjne, itp.
Modułowe efekty kształcenia:	01W Student, który zaliczył moduł, posiada gruntowną wiedzę w zakresie technik i technologii grafiki projektowej 02W ma wiedzę pozwalającą na podjęcie pracy w zawodzie artysty grafika i grafika projektanta 03U posiada rozwiniętą osobowość artystyczną, umożliwiającą tworzenie i wyrażanie własnych koncepcji artystycznych 04U świadomie i w sposób kreatywny posługuje się graficznymi środkami ekspresji 05U jest w stanie samodzielnie wybierać i modyfikować techniki i technologie oraz narzędzia i materiały niezbędne do realizacji zamierzonych zadań 06U wykonuje profesjonalne realizacje projektowe zarówno pod względem artystycznym jak i użytkowym 07U opracowuje i realizuje dyplom artystyczny stanowiący twórczą syntezę zdobytej wiedzy i umiejętności z zakresu grafiki projektowej 08U w pracy twórczej kieruje się zasadami etyki zawodowej 09K potrafi wykonać dokumentację oraz prezentację własnych dokonań twórczych na forum publicznym 10K rozumie potrzebę stałego poszerzania wiedzy oraz rozwijania i doskonalenia własnych umiejętności 11K jest niezależny w budowaniu własnych koncepcji artystycznych 12K jest świadomy ograniczeń wynikających z zasad prawa autorskiego