

KARTA PRZEDMIOTU

1. Informacje ogólne

Nazwa przedmiotu i kod (wg planu studiów):	Grafika reklamowa D1_13
Nazwa przedmiotu (j. ang.):	Advertising graphics
Kierunek studiów:	Informatyka
Specjalność/specjalizacja:	Technologie internetowe i bazy danych
Poziom kształcenia:	studia I stopnia
Profil kształcenia:	praktyczny (P)
Forma studiów:	studia stacjonarne
Obszar kształcenia:	nauki techniczne
Dziedzina:	nauki techniczne
Dyscyplina nauki:	informatyka
Koordinator przedmiotu:	Mgr Mirosław Rymar

2. Ogólna charakterystyka przedmiotu

Przynależność do modułu:	specjalnościowego/specjalizacyjnego do wyboru
Status przedmiotu:	Do wyboru
Język wykładowy:	polski
Rok studiów, semestr:	III, IV, sem. 6, 7
Forma i wymiar zajęć według planu studiów:	stacjonarne - wykład 15 h, ćw. laboratoryjne 60 h
Interesariusze i instytucje partnerskie: (nieobowiązkowe)	
Wymagania wstępne / Przedmioty wprowadzające:	Grafika komputerowa i komunikacja człowiek - komputer

3. Bilans punktów ECTS

Całkowita liczba punktów ECTS: (A + B) <i>(wg planu studiów; 1 punkt =25-30 godzin pracy studenta, w tym praca na zajęciach i poza zajęciami):</i>	6	Stacjonarne	
A. Liczba godzin wymagających bezpośredniego udziału nauczyciela <i>(kontaktowych, w czasie rzeczywistym, w tym testy, egzaminy etc) z podziałem na typy zajęć oraz całkowita liczba punktów ECTS osiągniętych na tych zajęciach</i>	obecność na wykładzie obecność na ćwiczeniach laboratoryjnych udział w konsultacjach w sumie: ECTS	15 60 3 78 3	
B. Poszczególne typy zadań do samokształcenia studenta (niewymagających bezpośredniego udziału nauczyciela) wraz z planowaną średnią liczbą godzin na każde i sumaryczną liczbą ECTS <i>(np. praca w bibliotece, w sieci, na platformie e-learningowej, w laboratorium, praca nad projektem końcowym, przygotowanie ogólne; suma poszczególnych godzin powinna zgadzać się z liczbą ogólną)</i>	przygotowanie ogólne praca nad sprawozdaniami/projektami przygotowanie do kolokwium za/egzaminu praca w bibliotece, czytelnicy praca w sieci w sumie: ECTS	5 25 5 2 8 45 2	
C. Liczba godzin praktycznych/laboratoryjnych w ramach przedmiotu oraz związana z tym liczba punktów ECTS <i>(ta liczba nie musi być powiązana z liczbą godzin kontaktowych, niektóre zajęcia praktyczne/laboratoryjne mogą odbywać się bez udziału nauczyciela):</i>	Ćwiczenia projektowe praca nad sprawozdaniami/projektami w sumie: ECTS	60 5 65 2	

4. Opis przedmiotu

Cel przedmiotu:	Celem przedmiotu jest wykształcenie u studentów umiejętności tworzenia projektów graficznych do typowych zastosowań użytkowych w oparciu o narzędzia informatyczne, praktyczne przygotowanie studentów w zakresie umiejętności posługiwania się oprogramowaniem wspomagającym projektowanie grafiki użytkowej
Metody dydaktyczne:	<i>Wykład informacyjny, pokaz, ćwiczenia przedmiotowe, ćwiczenia laboratoryjne</i>
Treści kształcenia	Wykłady: Zaawansowane techniki tworzenia i obróbki obrazu bitowego. Definicja reklamy i jej oddziaływanie. Definicja i wizerunek marki. Slogan reklamowy – oddziaływanie literatury. Reklama jako komunikat nakłaniający. Reklama prasowa. Reklama w formie wydawnictw akcydensowych. Reklama telewizyjna. Reklama internetowa. Reklama zewnętrzna – nośniki tradycyjne i elektroniczne. Laboratorium Projekt i wykonanie ulotek reklamowych – promocja mar-

	ki, promocja produktu. Projekt zestawu elementów reklamowych Projekt folderu reklamowego Projekt plakatu reklamowego Projekt i wykonanie banerów internetowych w odniesieniu do rzeczywistych wymogów popularnych portali Projekt serwisu WWW o charakterze promocyjno-reklamowym
--	--

5. Efekty kształcenia, sposoby weryfikacji i kryteria oceny

<p>Efekty kształcenia (w sumie wymienić ok. od 3 do 9 efektów - podać numery efektów z listy dla danego kierunku/specjalności – opublikowane na stronie uczelni; podać TYLKO te efekty (tam gdzie to możliwe i stosowne w trzech kategoriach, np. kompetencje społeczne mogą nie być realizowane w tym przedmiocie), na których osiągnięcie kładzie się nacisk w ramach przedmiotu, wybrane efekty kierunkowe powinny być bardziej szczegółowo sformułowane niż te dla całej specjalności, tak aby były weryfikowalne – dlatego mają osobne symbole jako efekty przedmiotu)</p>		
Efekt przedmiotu (kod przedmiotu + kod efektu kształcenia)	Student, który zaliczył przedmiot (spełnił minimum wymagań)	Efekt kierunkowy
D1_13_K_W01 D1_13_K_W02 D1_13_K_W03 D1_13_K_W04	<p>Wiedza:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Student posiada wiedzę dotyczącą form i oddziaływania reklamy. 2. Zna metody komunikacji wizualnej. 3. Definiuje rodzaje publikacji o charakterze reklamowym. 4. Posiada wiedzę dotyczącą zasad projektowania reklamy w oparciu o media tradycyjne i nowoczesne, w tym multimedia. 	K_W06 K_W07 K_W08 K_W13 K_W14
D1_13_K_U01 D1_13_K_U02 D1_13_K_U03 D1_13_K_U04 D1_13_K_U05	<p>Umiejętności</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Wykonuje projekty ulotek reklamowych – promocja marki, promocja produktu. 2. Projektuje foldery i plakaty reklamowe 3. Umie wykonać reklamę przeznaczoną do umieszczenia w Internecie, w odniesieniu do rzeczywistych wymogów branży 4. Umie przygotować projekt i kompleksowo opracować spójną grafikę serwisu WWW o charakterze promocyjno-reklamowym 	K_U03 K_U05 K_U09 K_U18 K_U33
D1_13_K_K01	<p>Kompetencje społeczne</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Rozumie potrzebę pracy nad własną osobowością oraz dążenie do kształtowania pozytywnych cech charakteru, jak: obowiązkowość i dyscyplinowanie, samodzielność, dokładność 	K_K05 K_K08

Sposoby weryfikacji efektów kształcenia

(np. dyskusja, gra dydaktyczna, zadanie e-learningowe, ćwiczenie laboratoryjne, projekt indywidualny/ grupowy, zajęcia terenowe, referat studenta, praca pisemna, kolokwium, test zaliczeniowy, egzamin, opinia eksperta zewnętrznego, etc. Dodać do każdego wybranego sposobu symbol zakładanego efektu, jeśli jest ich więcej)

Lp.	Efekt przedmiotu	Sposób weryfikacji	Ocena formująca – przykładowe sposoby jej wystawienia poniżej	Ocena końcowa przykładowe sposoby jej wystawienia poniżej
1	D1_13_K_W01 D1_13_K_W02 D1_13_K_W03	Test zaliczeniowy	Sprawdzian wiedzy	kolokwium

	D1_13_K_W04			
2	D1_13_K_U01 D1_13_K_U02 D1_13_K_U03 D1_13_K_U04 D1_13_K_U05	Ćwiczenia laboratoryjne		Średnia z ocen formujących, sprawdzających nabyte umiejętności
3	D1_13_K_K01	Aktywność i praca na zajęciach	Ocena efektów samodoskonalenia studenta	Ocena efektów samodoskonalenia studenta

Kryteria oceny (oceny 3,0 powinny być równoważne z efektami kształcenia, choć mogą być bardziej szczegółowo opisane):

w zakresie wiedzy		Efekt kształcenia
Na ocenę 3,0	Student uzyskał min. 50% wymaganej wiedzy. Student posiada ogólną wiedzę dotyczącą form i oddziaływania reklamy. Zna zasadnicze metody komunikacji wizualnej Definiuje główne rodzaje publikacji o charakterze reklamowym Posiada podstawową wiedzę dotyczącą zasad projektowania reklamy w oparciu o media tradycyjne i nowoczesne, w tym multimedia.	D1_13_K_W01 D1_13_K_W02 D1_13_K_W03 D1_13_K_W04
Na ocenę 5,0	Student uzyskał powyżej 95% wymaganej wiedzy. Student posiada bogatą wiedzę dotyczącą form i oddziaływania reklamy. Zna różnorodne metody komunikacji wizualnej, potrafi szczegółowo omówić każdą z nich Definiuje szczegółowo rodzaje publikacji o charakterze reklamowym, potrafi wskazać stopień ich skuteczności Posiada szeroką wiedzę dotyczącą zasad projektowania reklamy w oparciu o media tradycyjne i nowoczesne, w tym multimedia.	
w zakresie umiejętności		Efekt kształcenia
Na ocenę 3,0	Student uzyskał min. 50% wymaganych umiejętności. Potrafi wykonać prostą grafikę bitową w oparciu o instrukcję, Wykonuje proste projekty ulotek reklamowych, z pomocą prowadzącego Wykonuje nieskomplikowane projekty folderów i plakatów reklamowych Wykonuje typową nieskomplikowaną reklamę przeznaczoną do umieszczenia w internecie Przygotowuje projekt serwisu WWW o charakterze promocyjno-reklamowym w oparciu o dostarczoną grafikę	D1_13_K_U01 D1_13_K_U02 D1_13_K_U03 D1_13_K_U04 D1_13_K_U05
Na ocenę 5,0	Student uzyskał powyżej 95% wymaganych umiejętności. Potrafi wykonać złożoną grafikę bitową, twórczo wykorzystuje podane instrukcje, tworzy własne oryginalne grafiki Samodzielnie wykonuje złożone projekty ulotek reklamowych Wykonuje złożone, atrakcyjne wizualnie projekty fol-	

	derów i plakatów reklamowych Wykonuje oryginalną i skuteczną reklamę, atrakcyjną wizualnie, przeznaczoną do umieszczenia w internecie Przygotowuje projekt i kompleksowo, samodzielnie, opracowuje spójną grafikę serwisu WWW o charakterze promocyjno-reklamowym	
w zakresie kompetencji społecznych		Efekt kształcenia
Na ocenę 3,0	Student uzyskał min. 50% wymaganych kompetencji społecznych. Rozumie potrzebę pracy nad własną osobowością oraz dążenie do kształtowania pozytywnych cech charakteru, jak: obowiązkowość i zdyscyplinowanie, samodzielność, dokładność	D1_13_K_K01
Na ocenę 5,0	Student uzyskał min. 95% wymaganych kompetencji społecznych. Aktywnie i efektywnie pracuje nad własną osobowością oraz kształtuje pozytywne cechy charakteru, jak: obowiązkowość i zdyscyplinowanie, samodzielność, dokładność	
Kryteria oceny końcowej aktywność za zajęciach oraz obecność na konsultacjach 10%, samodzielne wykonanie ćwiczeń 20%, ocena z projektu 50% , kolokwia 20 %		
6. Zalecana literatura		
Literatura podstawowa:	1. Quentin Newark, <i>Design i grafika dzisiaj. Podręcznik grafiki użytkowej</i> . ABE Dom Wydawniczy, 2006 2. Alice Twemlow, <i>Czemu służy grafika użytkowa</i> . ABE Dom Wydawniczy, 2006.	
Literatura uzupełniająca:	1. Shelley Powers - <i>Grafika w Internecie</i> . Helion, 2009	

Informacje dodatkowe:

Dodatkowe obowiązki prowadzącego wraz z szacowaną całkowitą liczbą godzin: (np. indywidualne konsultacje, poprawa prac, przygotowanie projektu zaliczeniowego, egzaminu, przygotowanie ćwiczeń e-learningowych). Przykład poniżej
Konsultacje – 20 godzin
Poprawa prac projektowych – 20 godzin
Przygotowanie projektu zaliczeniowego - 10 godzin
Przygotowanie i poprawa egzaminu – 0 godzin
W sumie: 50 godzin

