

PROGRAM STUDIÓW I EFEKTY UCZENIA SIĘ NA POZIOMIE 6,7

Studia Podyplomowe

GRAFIKA REKLAMOWA, WYDAWNICZA I MEDIA CYFROWE

Akademia Sztuk Pięknych im. Eugeniusza Gepperta
we Wrocławiu

WYDZIAŁ: Grafiki i Sztuki Mediów

KIERUNEK: Grafika

KATEDRA: Projektowania Graficznego

POZIOM KSZTAŁCENIA: Studia Podyplomowe

PROFIL: Ogólnoakademicki

FORMA KSZTAŁCENIA: Studia stacjonarne

JĘZYK WYKŁADOWY: Polski

ROK AKADEMICKI : 2025/2026

CHARAKTERYSTYKA KIERUNKU:

**PRZYPORZĄDKOWANIE KIERUNKU DO DZIEDZIN ORAZ DYSCYPLIN,
DO KTÓRYCH ODNOSZĄ SIĘ EFEKTY UCZENIA SIĘ**

DZIEDZINA:

Dziedzina sztuki

DYSCYPLINA NAUKOWA /ARTYSTYCZNA: (w procentach)

Sztuki plastyczne i konserwacja dzieł sztuki 93%

Nauki o sztuce 7%

CHARAKTERYSTYKA STUDIÓW

Studia podyplomowe na kierunku Grafika to propozycja dla osób, które chcą rozwijać praktyczne umiejętności w zakresie grafiki reklamowej, projektowania publikacji oraz tworzenia treści wizualnych z wykorzystaniem współczesnych mediów cyfrowych. Oferta kierowana jest do Absolwentów studiów wyższych (licencjackich i magisterskich), otwartych na poszukiwanie artystycznej ścieżki, gotowych do rozwijania swoich predyspozycji kreatywnych i odkrywania twórczego potencjału w obszarze projektowania wizualnego. To propozycja dla osób, które chcą realizować się w branży kreatywnej lub poszerzyć swoje kompetencje zawodowe. Program kładzie

nacisk na praktyczne aspekty pracy grafika – rozwija warsztat, kształtuje myślenie projektowe, przygotowując do realiów i wyzwań działalności projektowej.

Studia łączą podstawy teoretyczne z pracą warsztatową, przygotowując Absolwentów do realnych wyzwań rynkowych. **Warsztatowa formuła** studiów oraz rozwijanie umiejętności praktycznych stanowią kluczowy element oferty.

Studia trwają 2 semestry. Zajęcia odbywają się w cyklu dwutygodniowym, w soboty i niedziele, zgodnie z odrębnym planem zajęć. Program obejmuje **15 zjazdów**, podczas których realizowanych jest 210 godzin zajęć. Każdy zjazd trwa 7 godzin lekcyjnych w sobotę oraz 7 godzin w niedzielę (po 45 minut), co łącznie daje 14 godzin zajęć w ciągu weekendu. Zajęcia prowadzone są w trybie stacjonarnym.

Program obejmuje:

- 177 godzin zajęć praktycznych w formule warsztatów, case study, ćwiczeń, realizacji projektów i laboratorium komputerowego
- 33 godzin wykładów z nauk humanistycznych

Na studia podyplomowe przyjmowani są Absolwenci studiów I i II stopnia, **niezależnie od kierunku ukończonych studiów**. Nie jest wymagany tytuł magistra, wystarczy dyplom licencjata lub inżyniera. **Nie ma ograniczeń wiekowych, ani wymagań dotyczących wykształcenia plastycznego**. Słuchacze prezentują zróżnicowany poziom umiejętności, wynikający z ich wcześniejszych doświadczeń edukacyjnych i zawodowych. Kluczowe znaczenie ma natomiast determinacja i gotowość do zaangażowania się w proces nauki i rozwój własnych kompetencji.

Zajęcia prowadzone są przez doświadczonych wykładowców, projektantów i grafików związanych z rynkiem reklamy, wydawnictwami i mediami cyfrowymi. Program studiów przygotowany przez prowadzących ma charakter oryginalny i autorski. Jego zadaniem jest rozwijanie i doskonalenie myślenia projektowego. Program łączy podstawy teoretyczne z nauką narzędzi graficznych i komputerowych, przygotowując Absolwentów do wyzwań w branży kreatywnej.

Podczas zajęć słuchacze są wprowadzeni w zakres i metodykę projektowania graficznego. Uczą się projektowania komunikacji wizualnej, uwzględniając psychologiczne aspekty reklamy. Poznają zasady tworzenia spójnej identyfikacji wizualnej oraz metody planowania strategii wizerunkowej marki. Zajęcia obejmują również zagadnienia związane z projektowaniem i grafiką wydawniczą – uczestnicy poznają techniki ilustratorskie wykorzystywane w publikacjach drukowanych i elektronicznych, a także sposoby graficznej interpretacji tekstów literackich.

Program uwzględnia również zagadnienia z obszaru humanistyki: psychologię reklamy, prawo autorskie, ochronę własności intelektualnej, techniki kreatywnego myślenia stosowane w projektowaniu oraz analizę zachowań konsumenckich w kontekście działań marketingowych.

Wyróżnikiem oferty studiów jest ich warsztatowa formuła, co sprzyja aktywnemu uczestnictwu i pozwala na rozwijanie umiejętności praktycznych. **Zajęcia podzielone są na zróżnicowane bloki tematyczne, które pozwalają zgłębiać różne aspekty projektowania graficznego** – od psychologii reklamy i strategii budowania marki, po projektowanie wydawnicze, narrację wizualną i multimedia. Każdy moduł zajęć łączy teorię z praktyką – wprowadzenie w temat daje podstawy merytoryczne, a następnie uczestnicy realizują projekty odpowiadające omawianym zagadnieniom. Zadania praktyczne stawiane są w sposób problemowo-poszukujący. W ramach realizacji projektów prowadzone jest laboratorium komputerowe (programy Adobe: Illustrator, InDesign, Figma, Adobe Premiere).

W trakcie studiów uczestnicy zdobywają podstawową wiedzę i umiejętności z zakresu:

- projektowania komunikacji wizualnej
- tworzenia identyfikacji wizualnej marki i planowania strategii wizerunkowych;
- grafiki wydawniczej i twórczej interpretacji tekstów literackich;
- narracji wizualnej – tworzenia ilustracji, komiksu, okładek płyt muzycznych i książek;
- obsługi narzędzi graficznych i tworzenia publikacji cyfrowych;
- nauki podstaw montażu filmowego;
- analizy rynku i zachowań konsumenckich w kontekście branding;
- psychologicznych aspektów reklamy;
- prawa autorskiego, technik kreatywnego myślenia i autoprezentacji;

Absolwenci studiów podyplomowych na kierunku Grafika są świadomi roli komunikacji wizualnej we współczesnym świecie. Dzięki zdobytej wiedzy i praktycznym umiejętnościom potrafią projektować przemyślane i estetyczne rozwiązania graficzne. Znają mechanizmy rynku, potrafią pracować zespołowo i efektywnie funkcjonować w branży kreatywnej.

Dla kogo są studia?

- Dla Absolwentów studiów licencjackich i magisterskich, którzy chcą zdobyć praktyczne umiejętności z zakresu projektowania graficznego, rozwijać się zawodowo i pracować w branży kreatywnej;
- Dla osób pracujących w marketingu, komunikacji, mediach, edukacji, administracji lub kulturze, które chcą wiedzieć, jak świadomie projektować i poszerzyć swoje kompetencje o umiejętność tworzenia materiałów graficznych;
- Dla osób planujących zbudować markę osobistą, które chcą tworzyć jej wizerunek;
- Dla prowadzących działalność i freelancerów, którzy chcą tworzyć spójne wizualnie materiały graficzne we wszystkich kanałach komunikacji;
- Dla humanistów, socjologów, psychologów, nauczycieli i pasjonatów sztuki, którzy chcą wejść w świat projektowania wizualnego;

- Dla osób, które są w trakcie zmiany ścieżki zawodowej, chcą podnieść swoje kwalifikacje i poszerzyć wiedzę na temat grafiki projektowej;
- Dla osób, które chcą podjąć pracę w branży reklamowej, działach marketingu lub zajmować się komunikacją wizualną;
- Dla każdego, kto chce uczyć się w działaniu, w inspirującym środowisku uczelni artystycznej i chce wiedzieć gdzie czerpać wiedzę i inspiracje;

Idealne dla:

- Osób z branż: marketing, media, edukacja, kultura, administracja;
- Osób w trakcie zmiany zawodowej lub rozwoju nowych kompetencji;
- Przyszłych freelancerów, właścicieli marek osobistych
- Ludzi kreatywnych i pasjonatów działań wizualnych

KONCEPCJA KSZTAŁCENIA

Koncepcja kształcenia na studiach podyplomowych Grafika Reklamowa, Wydawnicza i Media cyfrowe, utworzonych na kierunku Grafika jest zgodna z *Misją, wizją i strategią rozwoju w latach 2022 – 2030 Akademii Sztuk Pięknych im. Eugeniusza Gepperta we Wrocławiu* (Załącznik do uchwały Senatu ASP we Wrocławiu nr 7/2022 z dnia 30 marca 2022 roku), zakładającą zwrócenie szczególnej uwagi na rozwój indywidualnych predyspozycji studenta, kształtowanie jego inwencji twórczej.

Studia powstały z myślą o kandydatach, którzy chcą poznać narzędzia projektowe i doskonalić swoje umiejętności związane z branżą kreatywną. Celem kształcenia na studiach podyplomowych jest przygotowanie słuchaczy do kreatywnej wypowiedzi artystycznej, równocześnie umożliwiając poznanie narzędzi graficznych.

Szczególnością studiów jest praktyczne podejście do nauki, wsparte opieką dydaktyczną specjalistów-praktyków oraz konsultacje projektowe. Warsztatowa formuła studiów pozwala na aktywny kontakt ze słuchaczem. Program studiów zbudowany jest w oparciu o wieloletnie doświadczenia osób prowadzących zajęcia, związanych z kształceniem w obszarze projektowania graficznego, reklamy, wydawnictw książkowych i nowych mediów.

Program opiera się na założeniu, że skuteczna komunikacja wizualna wymaga nie tylko znajomości narzędzi projektowych, ale również rozumienia procesów psychologicznych, kulturowych i marketingowych, które wpływają na odbiór i skuteczność przekazu wizualnego.

Koncepcja kształcenia zakłada integrację wiedzy teoretycznej z praktyką projektową oraz rozwijanie umiejętności kreatywnego i krytycznego myślenia. **Podstawowym założeniem programu, jest realizacja zajęć w formie zróżnicowanych bloków tematycznych, które pozwalają na stopniowe pogłębianie wiedzy.** Podany temat będzie realizowany podczas jednego lub dwóch zjazdów w miesiącu, w taki sposób, aby zachować integralność i spójność opracowywanego zagadnienia. W ten sposób słuchacze rozwijają umiejętności projektowe w oparciu o różnorodne zadania tematyczne. W trakcie studiów słuchacze poznają podstawowe narzędzia graficzne, rozwijają umiejętność autoprezentacji oraz pracy zespołowej w kontekście projektowym.

Na program składają się:

a. Przedmioty kierunkowe w formie warsztatów

Zajęcia skupią się na praktycznych umiejętnościach w zakresie grafiki reklamowej, wydawniczej i mediów cyfrowych. Mają charakter warsztatowy i umożliwiają słuchaczom nabycie niezbędnych kompetencji do tworzenia projektów graficznych w różnych obszarach wizualnej komunikacji. Uczestnicy studiów będą pracować nad projektami, które obejmują m.in. projektowanie materiałów reklamowych, ulotek, plakatów, okładek książek i płyt muzycznych a także publikacji elektronicznej (landing page). Poznają podstawy i zasady projektowania wydawniczego. W kontekście mediów cyfrowych uczą się podstaw montażu wideo oraz zasad pracy z obrazem. To praktyczne podejście pozwala na zgłębienie umiejętności w tworzeniu multimedialnych treści wykorzystywanych w reklamie. Zajęcia praktyczne koncentrują się na kreatywnym rozwiązywaniu problemów projektowych, z uwzględnieniem zasad estetyki, funkcjonalności i strategii komunikacyjnej.

b. Teoria (wykłady)

W ramach wykładów słuchacze zapoznają się z podstawami teoretycznymi niezbędnymi do zrozumienia procesów projektowych i rynkowych w kontekście grafiki reklamowej, wydawniczej oraz mediów. Zajęcia te obejmują m.in. typografię, komunikację wizualną, planowanie strategiczne oraz zapoznanie z podstawowymi mechanizmami psychologicznymi leżącymi u podstaw reklamy. Celem wykładów jest dostarczenie słuchaczom wiedzy teoretycznej, która będzie fundamentem dla praktycznych działań w późniejszych modułach zajęć.

c. Laboratorium komputerowe (w ramach realizacji zadania)

Laboratorium komputerowe jest przestrzenią, w której słuchacze będą mieli okazję zastosować nabytą wiedzę i umiejętności w praktyce. Podczas tych zajęć, w ramach realizacji konkretnych zadań projektowych, będą pracować z nowoczesnymi programami graficznymi i narzędziami cyfrowymi. Laboratorium umożliwia indywidualną i grupową pracę nad projektami, z naciskiem na wykorzystywanie oprogramowania do tworzenia grafiki wektorowej, oraz obróbki multimedialnej. Celem tego modułu jest nie tylko opanowanie narzędzi, ale także efektywna realizacja zadań projektowych podczas zajęć.

Podczas studiów podyplomowych Grafika Reklamowa, Wydawnicza i Media cyfrowe Absolwenci zdobędą fundamenty projektowe i praktyczne umiejętności m.in.:

- Poznają narzędzia i techniki pracy grafika – uczą się korzystać z najważniejszych programów do grafiki wektorowej oraz rozumieć, jak dobrać odpowiednie środki wyrazu do konkretnego przekazu;
- Zdobywają umiejętność świadomego projektowania – dowiedzą się, jak tworzyć komunikaty wizualne, które są nie tylko estetyczne, ale też funkcjonalne i skuteczne marketingowo;
- Zdobywają wiedzę, jak projektować z myślą o odbiorcy – poznają podstawy psychologii wizualnej, mechanizmy percepcji, konteksty kulturowe i zasady skutecznej komunikacji;

- Mogą pracować w realnym kontekście branżowym – tematyka zajęć i projekty inspirowane są aktualnymi wyzwaniami rynku kreatywnego. Dzięki temu uczą się jak odpowiadać na potrzeby współczesnego odbiorcy;
- Uczą się pracy zespołowej – kluczowych kompetencji potrzebnych do pracy w agencjach reklamowych, wydawnictwach czy zespołach kreatywnych;
- Otrzymają wsparcie mentorów-praktyków – pracują z doświadczonymi wykładowcami;
- Rozwijają własną kreatywność i sposób myślenia – program kładzie nacisk nie tylko na technikę, ale też na rozwijanie wrażliwości, krytycznego spojrzenia i twórczego podejścia do projektowania;

Na każdym etapie studiów słuchacz ma dostęp do indywidualnych konsultacji z wykładowcami, podczas których może omawiać swoje pomysły, projekty oraz napotkane trudności. To przestrzeń do uzyskania praktycznych wskazówek – zarówno w zakresie rozwiązywania problemów projektowych, jak i skutecznej prezentacji własnych prac.

Warunkiem ukończenia studiów jest przygotowanie profesjonalnego portfolio zawierającego wybrane projekty stworzone w trakcie nauki. Studia kończą się **Przeglądem Podsumowującym** i prezentacją portfolio, który jest okazją do zaprezentowania zdobytej wiedzy, umiejętności i własnego stylu twórczego. Absolwenci uzyskują, zgodnie z wymogami ustawy świadectwo ukończenia studiów podyplomowych Akademii Sztuk Pięknych im. Eugeniusza Gepperta.

EFEKTY KSZTAŁCENIA

Efektom kształcenia jest przygotowanie słuchacza, do świadomej wypowiedzi artystycznej. Absolwent rozumie, jak projektować komunikaty wizualne, które są estetyczne, funkcjonalne i skuteczne marketingowo – potrafi reagować na potrzeby rynku i świadomie kształtować współczesną kulturę wizualną.

Absolwent jest świadomy występowania różnorodności zjawisk i tendencji we współczesnej sztuce i kulturze. Potrafi uczestniczyć w dyskusjach teoretycznych dotyczących sztuki. Rozumie, czym jest indywidualny styl artystyczny i język projektowy, a także potrafi świadomie kształtować własną postawę twórczą. Jest zdolny do autorefleksji nad własnymi wyborami artystycznymi i posiada podstawową wiedzę z zakresu zjawisk medialnych.

Ponadto zna i rozumie:

- Podstawowe narzędzia graficzne stosowane w projektowaniu reklam, wydawnictw i mediów cyfrowych;
- Procesy projektowe w kontekście pracy indywidualnej oraz zespołowej w środowisku branży kreatywnej;
- Zasady skutecznej komunikacji wizualnej, w tym aspekty estetyczne, funkcjonalne oraz marketingowe;
- Psychologiczne, kulturowe i społeczne uwarunkowania przekazu wizualnego, które wpływają na odbiór projektów graficznych;
- Metody autoprezentacji oraz znaczenie wizerunku w kontekście pracy twórczej i zawodowej;

- Specyfikę pracy w zespole projektowym oraz znaczenie współpracy w realizacji złożonych zadań graficznych;
- Znaczenie refleksji twórczej i krytycznego myślenia w procesie projektowania;
- Zasady integracji teorii z praktyką w obszarze grafiki reklamowej, wydawniczej i mediów cyfrowych;
- Etapy planowania i rozwoju projektu graficznego – od koncepcji po finalną realizację;
- Możliwości twórczej wypowiedzi artystycznej w przestrzeni komunikacji wizualnej;

Potrafi:

- Posługiwać się podstawowymi narzędziami graficznymi w sposób świadomy i funkcjonalny;
- Analizować i interpretować potrzeby odbiorcy oraz reagować na wymagania rynku;
- Przygotować materiały graficzne zgodne z założeniami estetycznymi i marketingowymi;
- Prezentować swoje projekty w sposób klarowny;
- Efektywnie pracować w zespole projektowym, dzieląc się odpowiedzialnością i pomysłami;
- Wykorzystywać wiedzę teoretyczną w praktycznych działaniach projektowych;
- Korzystać z konsultacji i feedbacku w celu rozwijania własnych kompetencji twórczych;

Jest przygotowany do:

- Pracy indywidualnej oraz zespołowej w środowisku branży kreatywnej;
- Świadomego kształtowania kultury wizualnej poprzez odpowiedzialne i przemyślane projektowanie;
- Twórczej wypowiedzi artystycznej w obszarach grafiki reklamowej, wydawniczej i cyfrowej;
- Kontynuowania samokształcenia i rozwijania własnych kompetencji w dynamicznie zmieniającym się środowisku zawodowym;

Kompetencje społeczne Absolwenta:

W trakcie studiów słuchacz rozwija nie tylko umiejętności projektowe, ale także ważne kompetencje społeczne, które są kluczowe w pracy twórczej i zawodowej:

- Potrafi skutecznie komunikować się w zespole projektowym, dzielić się pomysłami, przyjmować konstruktywną krytykę i aktywnie uczestniczyć w dialogu twórczym;
- Posiada umiejętność organizacji własnej pracy i jej publicznego prezentowania, rozumie znaczenie terminowości, jakości i etyki pracy projektanta;
- Bierze odpowiedzialność za swoje działania i decyzje projektowe;
- Potrafi wczuć się w potrzeby odbiorcy, klienta i współpracowników – uwzględniając różnorodne perspektywy kulturowe, społeczne i estetyczne;
- Rozwija krytyczne i twórcze myślenie;

- Wykazuje gotowość do refleksji nad własnymi projektami oraz otwartość na rozwój i poszukiwanie niestandardowych rozwiązań;
- Ma świadomość jak należy zaprezentować swoje projekty w sposób profesjonalny i przekonujący – zarówno przed klientem, jak i w środowisku branżowym;
- Wykazuje zaangażowanie, inicjatywę i chęć ciągłego doskonalenia – także poza zajęciami. Rozumie znaczenie uczenia się przez całe życie w zawodach kreatywnych;

OPIS INFRASTRUKTURY NIEZBĘDNEJ DO PROWADZENIA KSZTAŁCENIA

Kształcenie słuchaczy studiów podyplomowych kierunku Grafika prowadzone jest przez Katedrę Projektowania Graficznego. W pracy ze studentami wykorzystywana jest nowoczesna infrastruktura. Słuchacze mają możliwość skorzystania z narzędzi współczesnej technologii komputerowej i komunikacyjnej. W ramach zajęć mają do dyspozycji stanowiska komputerowe z profesjonalnym oprogramowaniem m.in. dostęp do pełnego pakietu Adobe Creative Cloud obejmującego profesjonalne programy, jak: Acrobat, Photoshop, Premiere Pro, Illustrator, InDesign, Animate, a także pracownię do montażu wideo i sale wykładowe.

Poza komputerami uczestnikom zapewnione są podstawowe materiały do pracy warsztatowej – takie jak papier, karton czy drobne przybory plastyczne – niezbędne do realizacji projektów graficznych podczas zajęć. Mają również dostęp do drukarki (w ograniczonym zakresie), zgodnie z potrzebami w ramach zajęć.

Zajęcia odbywają się w nowoczesnym budynku Centrum Sztuk Użytkowych Centrum Innowacyjności przy ulicy Traugutta (sale 606, 605, 607, 410, 120) oraz w budynku przy Placu Polskim we Wrocławiu (sale 402M, 503M, 512). Grupa studencka na zajęciach liczy do 20 osób, z możliwością podziału na dwie grupy, po 10 osób.

Do dyspozycji słuchaczy jest Biblioteka wraz z czytelnią. Zbiory biblioteki liczą ok. 14 tys. książek, około 1.000 roczników czasopism oraz 3.700 katalogów z wystaw polskich i zagranicznych. Wśród nich znajdują się także cenne pozycje, trudno dostępne i unikalne. W Bibliotece studenci mają dostęp do księgozbiorów i czasopism oraz baz: Art Full Text, EBESCO, Art & Architecture Source, Wirtualna Biblioteka Nauki.

PROGRAM STUDIÓW

Program studiów został podzielony na zróżnicowane bloki tematyczne, które pozwalają na stopniowe pogłębianie wiedzy i umiejętności w następujących obszarach:

- komunikacja wizualna
- elementy identyfikacji wizualnej
- projektowanie wydawnicze
- ilustracja i narracja wizualna
- elementy języka filmowego i preprodukcji wizualnej, nauka podstaw montażu filmów wideo
- projektowanie publikacji cyfrowych
- analiza rynku i psychologia reklamy
- aspekty prawne i etyczne w pracy projektanta

Bloki tematyczne ujęte w programie studiów:

Projektowanie graficzne
Typografia i layout
Komunikacja wizualna
Identyfikacja wizualna
Grafika informacyjna - wayfinding i infografika
Film - podstawy montażu wideo
Projektowanie wydawnicze (druk)
Publikacja cyfrowa
Ilustracja i narracja wizualna
Plakat
Projektowanie okładek płyt muzycznych
Portfolio i oferta projektanta
Autoprezentacja w praktyce
Psychologia reklamy
Strategia i komunikacja marki
Metody kreatywne i ideacyjne stosowane w projektowaniu
Prawo autorskie w pracy projektanta

PRZEDMIOTY PROGRAMU STUDIÓW I ICH ZAKRES TEMATYCZNY**Strategia wizerunkowa marki**

1. Budowanie spójnej komunikacji marki

Podstawy projektowania publikacji

2. Typografia i layout

Projektowanie graficzne

3. Wprowadzenie do liternictwa i typografii

4. Projektowanie znaku

Ilustracja i narracja wizualna

5. Ilustracja artykułu prasowego

6. Komiks - budowanie scenariusza, postaci, kompozycji kadrów i narracji wizualnej

Projektowanie wydawnicze

7. Wprowadzenie do zagadnień związanych z projektowaniem publikacji drukowanych z wykorzystaniem narzędzi graficznych

8. Podstawy projektowania publikacji – projekt okładki, mini wydawnictwa z elementami pop-up, kolaż – warsztatowa praca z papierem

Komunikacja wizualna

9. Projektowanie systemu identyfikacji wizualnej na potrzeby małych firm

- 10. Projektowanie elementów identyfikacji wizualnej – logo, ikon i piktogramów
- 11. Grafika informacyjna – projektowanie systemów wayfinding i infografik
- 12. Projektowanie dla muzyki
- 13. Plakat
- 14. Portfolio i oferta projektanta

Media cyfrowe

- 15. Krótki film reklamowy – nauka podstaw montażu
- 16. Wstęp do projektowania UI/UX Design
- 17. Podstawy tworzenia Landing Page

Psychologia reklamy z marketingiem

- 18. Mechanizmy psychologiczne leżące u podstaw reklamy

Podstawy prawa autorskiego

- 19. Prawo autorskie i etyka w pracy projektanta

Autoprezentacja w praktyce

- 20. Techniki skutecznej komunikacji interpersonalnej oraz autoprezentacji

Metody kreatywne i ideacyjne w pracy projektanta

- 21. Metody i techniki kreatywne stosowane w pracy projektanta –
od koncepcji do wdrożenia

W ramach wybranych przedmiotów realizowane będą zadania projektowe połączone z nauką obsługi programów graficznych niezbędnych do ich wykonania, umożliwiając zastosowanie zdobytych umiejętności w działaniu.

PODSTAWOWE INFORMACJE O KIERUNKU

Klasyfikacja ISCED: 0212, 0213

Liczba semestrów: 2

Absolwent uzyskuje świadectwo ukończenia studiów podyplomowych na Akademii Sztuk Pięknych im. Eugeniusza Gepperta.

OPIS REALIZACJI PROGRAMU:

Program realizowany jest w postaci zajęć stacjonarnych, opartych na bezpośrednim kontakcie nauczyciela ze słuchaczem w wymiarze 210 godzin i 30 punktów ECTS.

Program zakłada przedmioty praktyczne w wymiarze 177 godzin

Zajęcia teoretyczne w wymiarze 33 godzin

UKOŃCZENIE STUDIÓW

Absolwent studiów podyplomowych kierunku Grafika otrzymuje świadectwo ukończenia na podstawie zaliczenia wszystkich obowiązujących programem kształcenia przedmiotów w wymiarze 30 punktów ECTS oraz 80%

obecności na zajęciach i zaprezentowania wybranych prac projektowych wykonanych podczas studiów na przeglądzie końcowym.

LICZBA PUNKTÓW ECTS

Łączna liczba punktów ECTS konieczna do ukończenia studiów 30.

Uzyskana w ramach zajęć prowadzonych z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich lub innych osób prowadzących zajęcia z zakresu nauki przedmiotów praktycznych i zajęć z dziedziny nauk humanistycznych.

KRYTERIA I METODY OCENY SŁUCHACZA

Zaliczenie przedmiotu uwarunkowane jest spełnieniem następujących kryteriów:

- Obecność na zajęciach (minimum 80%),
- Aktywne uczestnictwo i zaangażowanie w realizację ćwiczeń,
- Zrozumienie celu zadań i adekwatność zaproponowanych rozwiązań,
- Jakość wykonanych prac warsztatowych/projektowych,
- Umiejętność prezentowania i omawiania własnych działań artystycznych,
- Zdolność do samodzielnej pracy oraz współpracy zespołowej,
- Świadomość podejmowanych decyzji twórczych

Metody weryfikacji efektów uczenia się: obserwacja pracy studenta, ocena wykonanych zadań, zaangażowanie, udział w prezentacjach i dyskusjach.

FORMA WERYFIKACJI EFEKTÓW KSZTAŁCENIA

W ramach weryfikacji efektów kształcenia, będą zastosowane następujące sposoby zaliczenia: zaliczenie Z, zaliczenie ze stopniem ZS, przegląd końcowy P

Formy weryfikacji efektów kształcenia słuchacza:

Ocenie podlegają:

- Ocena zrealizowanych zadań warsztatowych i projektowych
- Obserwacja pracy słuchacza podczas zajęć
- Analiza samodzielności i aktywności twórczej w procesie dydaktycznym
- Prezentacja własnych prac i udział w przeglądzie końcowym

Formy weryfikacji jakości dydaktyki i infrastruktury:

Ocenie podlegają:

- Organizacja procesu dydaktycznego
- Infrastruktura dydaktyczna

- Wsparcie dla słuchaczy i atmosfera studiowania

Sposoby weryfikacji:

- Coroczne ankiety oceny pracy nauczyciela akademickiego
- Ankiety oceniające program studiów, warunki studiowania i ocenę kształcenia

Ankiety są przeprowadzone wśród słuchaczy, następnie są analizowane i na podstawie wyciągniętych z nich wniosków dokonywane są zmiany. Raz w semestrze organizowane jest otwarte spotkanie kierownika studiów ze słuchaczami. Na spotkaniu mogą oni zgłaszać swoje uwagi dotyczące programu, warunków studiowania i zaangażowania kadry dydaktycznej.

Monitorowanie jakości kształcenia sprawują:

- Wydziałowy Zespół ds. Jakości
- Uczelniany Zespół ds. Jakości

SYLWETKA ABSOLWENTA

Absolwent studiów podyplomowych z Grafiki Reklamowej, Wydawniczej i Mediów cyfrowych jest przygotowany do twórczej pracy w szeroko pojętej branży kreatywnej – od agencji reklamowych, przez wydawnictwa i studia projektowe, po działy marketingu i instytucje kultury.

Posiada podstawy teoretyczne oraz podstawowe umiejętności praktyczne z zakresu projektowania graficznego, komunikacji wizualnej i tworzenia treści multimedialnych. Potrafi w świadomy i przemyślany sposób budować przekaz wizualny, oparty na psychologicznych mechanizmach odbioru.

Potrafi sformułować i wyrazić własną oryginalną koncepcję artystyczną, ma świadomość związków między wyrażanymi treściami a użytymi środkami formalnymi w grafice projektowej. Potrafi przedstawić autorski komentarz własnej pracy, w kontekście jej możliwych związków z przykładami ze sztuki. Ma pogłębioną umiejętność analizy i interpretacji zjawisk artystycznych. Potrafi uczestniczyć w dyskusjach dotyczących sztuki i zjawisk w kulturze.

Ma umiejętności integrowania środków języka graficznego (słowa i obrazy), kojarzenia i przenoszenia znaczeń, metaforycznego myślenia w przedstawianiu pojęć. Ma umiejętność nadawania funkcji i kontekstu społecznego opracowywanemu projektowi. Ma kompetencje niezbędne do twórczej, autonomicznej wypowiedzi autorskiej i umiejętność kreowania.

Rozróżnia techniki graficzne oraz ilustracyjne stosowane w projektowaniu publikacji drukowanych i cyfrowych. Potrafi poruszać się w świecie grafiki narracyjnej. Posiada wiedzę i podstawowe umiejętności obsługi komputerowych programów graficznych wykorzystywanych w projektowaniu i edycji materiałów wizualnych. Posiada wiedzę z obszaru mediów cyfrowych – zna podstawowe narzędzia tworzenia publikacji elektronicznej i montażu filmowego.

Absolwent:

- Jest gotowy do samodzielnego kreowania rozwiązań graficznych dostosowanych do różnych grup odbiorców;
- Rozumie znaczenie reklamy, identyfikacji wizualnej i brandingu w komunikacji marketingowej;
- Analizuje trendy oraz zachowania konsumenckie, wykorzystując je w projektach wizualnych;
- Zna podstawy prawa autorskiego i etyki projektanta;
- Posługuje się metodami kreatywnego myślenia oraz autoprezentacji;
- Skutecznie działa w środowisku zespołowym i projektowym;

Podczas zajęć słuchacze zdobywają nie tylko niezbędne umiejętności, ale przede wszystkim motywację do dalszego kształcenia i podnoszenia kompetencji.

ZWIĄZEK EFEKTÓW UCZENIA SIĘ Z POTRZEBAMI SPOŁECZNO – GOSPODARCZYMI

Poznanie specyfiki rynku, w ramach prowadzonych zajęć pozwala słuchaczom na przygotowanie się do samodzielnego prowadzenia działalności gospodarczej i pracy twórczej. Absolwent, który wypracował indywidualny język artystyczny jest przygotowany do podjęcia współpracy z otoczeniem społeczno-gospodarczym przy realizacji projektów kulturalnych, działaniach artystycznych, wystawach, konkursach, festiwalach.

ZASADY REKRUTACJI

Na studia może zostać przyjętych maksymalnie 20 osób. Warunkiem uruchomienia studiów jest zebranie grupy liczącej minimum 18 uczestników.

O przyjęciu na studia decyduje kolejność zgłoszeń. Obowiązuje wpisowe w kwocie 150 zł.

W przypadku niewystarczającej liczby zgłoszeń uczelnia może podjąć decyzję o nieuruchomieniu kierunku.

W takim wypadku opłata wpisowa podlega zwrotowi.

Kandydat wypełnia formularz zgłoszeniowy i ankietę rekrutacyjną, która pozwala na zweryfikowanie umiejętności kandydata. Słuchacze wpłacają czesne na podane konto Uczelni. Termin płatności 1 raty upływa 5 października.

Na dwa tygodnie przed rozpoczęciem nauki, każdy słuchacz otrzyma drogą elektroniczną informacje dotyczące pierwszego zjazdu oraz dokładny plan zajęć.

Opłata za rok studiów (2025-2026)

	Wysokość raty	Łączny koszt studiów
Płatność w 1 racie	9 000 PLN	9 000 PLN
Płatność w 2 ratach	4 500 PLN	9 000 PLN
Płatność w 8 ratach	1 125 PLN	9 000 PLN