



AKADEMIA SZTUK PIĘKNYCH
IM. EUGENIUSZA GEPPERTA
WE WROCŁAWIU

SYLABUS cz.1.- KARTA PRZEDMIOTU

Nazwa przedmiotu		Grafika w promocji sztuki	
Jednostka prowadząca	Wydział Rzeźby i Mediacji Sztuki, Katedra Mediacji Sztuki		
Profil studiów	Ogólnoakademicki		
Kierunek	Mediacja Sztuki		
W zakresie (jeśli dotyczy)	Mediacja Sztuki		
Stopień studiów / poziom kwalifikacji	Studia pierwszego stopnia		
Forma studiów	Studia stacjonarne		
Rok studiów / semestr	Rok III semestr I i II		
Wymiar zajęć (liczba godzin kontaktowych) semestr	45		
Wymiar zajęć (liczba godzin kontaktowych) tydzień	3		
Liczba godzin samodzielnej pracy studenta	30		
Liczba punktów ECTS	3		
Rodzaj zajęć (wykład, ćwiczenia, seminarium, konwersatorium, laboratorium)	Wykład, ćwiczenia, konwersatorium		
Pracownia (jeśli dotyczy)			
Prowadzący pracownię	Dr Daniela Tagowska		
Osoba/zespół prowadzący przedmiot			
Cel kształcenia przedmiotu	Celem przedmiotu jest zdobycie umiejętności w zakresie projektowania graficznego, a także zastosowania grafiki w promocji sztuki i instytucji kulturalnych. Studenci będą realizować praktyczne zadania związane z rebrandingiem instytucji kultury oraz tworzeniem kompleksowej identyfikacji wizualnej dla projektu kuratorskiego.		
Wymagania wstępne	Podstawowa wiedza o grafice komputerowej, komunikacji wizualnej i promocji sztuki.		
Efekty uczenia się:		Kod efektów przedmiotowych	Odniesienia do efektów kierunkowych

– <i>wiedza (zna i rozumie)</i>	- Zna podstawowe pojęcia z zakresu projektowania graficznego. - Rozumie rolę grafiki w budowaniu wizerunku instytucji kultury. - Zna zasady projektowania materiałów promocyjnych.	P6S_WG	wych K_W02 K_W10 K_W14
– <i>umiejętności (potrafi)</i>	- Tworzy projekty graficzne dla instytucji kulturalnych. - Projektuje identyfikację wizualną dla kuratorskich projektów wystawienniczych. - Posługuje się programami graficznymi (np. Adobe Photoshop, Illustrator).	P6S_UW	K_U05 K_U16 K_U06 K_U23
– <i>kompetencje społeczne (jest gotów do)</i>	- Wykazuje się kreatywnością w projektowaniu graficznym. - Odpowiedzialnie realizuje projekty promocyjne, dbając o potrzeby beneficjenta/ów - Potrafi pracować zespołowo w realizacji zadań promocyjnych	P6S_UU	K_K09 K_U13 i K_U14
Ogólna treść zajęć	W trakcie pierwszego semestru przedmiotu "Grafika w promocji sztuki" studenci poznają podstawy rebrandingu instytucji kultury, rozwijając umiejętności związane z projektowaniem graficznym na potrzeby promocji kulturalnej. Analizując istniejące przykłady marek z sektora kultury, uczą się dostrzegać kluczowe elementy wizerunkowe, które wpływają na odbiór instytucji. Zajęcia koncentrują się na tworzeniu nowych identyfikacji wizualnych, w tym logo i elementów graficznych, takich jak plakaty, ulotki czy bannery promocyjne. Studenci poznają zasady kompozycji, kolorystyki oraz typografii, które zastosują w projektach promocyjnych. Szczególną uwagę poświęca się pracy warsztatowej z narzędziami graficznymi, co pozwala rozwijać umiejętności praktyczne. Kurs opiera się na systematycznych konsultacjach z prowadzącym, co umożliwia bieżące rozwijanie projektów graficznych. Na zakończenie semestru każdy student prezentuje indywidualny projekt rebrandingu wybranej instytucji kultury, będący efektem całego procesu kształcenia.		
Kryteria oceny	Frekwencja na zajęciach i aktywność w ich trakcie. Wykazanie się pracą własną w zakresie przygotowania do zajęć.		
Metody oceny (egzamin pisemny, egzamin ustny, test, esej/referat, prezentacja/portfolio, przegląd prac)	Ocena projektów semestralnych, aktywność na zajęciach, prezentacja i obrona projektu.		
Sposób zaliczenia (Z,ZS,E,PE)	ZS		
Literatura	<p><i>Porządek w projektowaniu. Siatki w projektowaniu graficznym – teoria i praktyka</i>, Voelker Jean Ulysses, wydawnictwo d2d; 2020</p> <p><i>Projektowanie ikon i piktogramów</i>, Gonzales-Miranda Elena, wydawnictwo d2d; 2019</p> <p><i>Stwórz i złóż. Wprowadzenie do typografii</i>, Pizzaro Francisco Galvez, wydawnictwo d2d; 2019</p>		
Język wykładowy	Polski możliwość komunikacji w języku angielskim		



AKADEMIA SZTUK PIĘKNYCH
IM. EUGENIUSZA GEPPERTA
WE WROCŁAWIU

SYLABUS cz.2 - PROGRAM PRZEDMIOTU

Nazwa przedmiotu	Grafika w promocji sztuki
Jednostka prowadząca	Wydział Rzeźby i Mediacji Sztuki, Katedra Mediacji Sztuki
Rok akademicki	2024/2025
Kierunek	Mediacja Sztuki
W zakresie (jeśli dotyczy)	Mediacja Sztuki –
Stopień studiów / poziom kwalifikacji	studiów pierwszego stopnia
Forma studiów	Stacjonarne
Rok studiów / semestr	Rok III, semestr I i II
Pracownia (jeśli dotyczy)	
Prowadzący pracownię	Dr Daniela Tagowska
Osoba/zespół prowadzący przedmiot	
Cel kształcenia przedmiotu	Celem przedmiotu "Grafika w promocji sztuki" jest wyposażenie studentów w wiedzę i umiejętności z zakresu projektowania graficznego, niezbędne do skutecznej promocji instytucji kulturalnych oraz wydarzeń artystycznych. Studenci poznają teoretyczne podstawy rebrandingu, dowiadując się, jak kształtować tożsamość wizualną instytucji i projektów kuratorskich w kontekście współczesnych trendów graficznych. Zajęcia mają na celu rozwinięcie praktycznych umiejętności projektowania materiałów promocyjnych, takich jak plakaty, ulotki, katalogi czy elementy wystawiennicze, z zastosowaniem profesjonalnych narzędzi graficznych. Kluczowym aspektem kształcenia jest zrozumienie, jak poszczególne elementy wizualne, takie jak logo, kolorystyka i typografia, wpływają na odbiór instytucji kultury oraz jak skutecznie komunikować wartości i misję danej instytucji poprzez projekt graficzny. Studenci uczą się również tworzyć spójną identyfikację wizualną projektów artystycznych, mając na uwadze zarówno tradycyjne, jak i nowoczesne media promocyjne. W trakcie zajęć rozwijają zdolności analityczne, krytyczne myślenie oraz kreatywność, co umożliwia im podejmowanie świadomych decyzji projektowych. Kurs przygotowuje studentów do pracy w dynamicznym środowisku kultury i sztuki, gdzie innowacyjne podejście do grafiki promocyjnej jest kluczowym elementem sukcesu.
Program pracowni	Szczegółowy program zajęć dostosowywany jest do specyfiki grupy studentów i w razie potrzeby rozszerzany o dodatkowe zagadnienia związane z aktualnymi trendami w projektowaniu graficznym.
Szczegółowa treść zajęć	Treści programowe: Semestr I: Rebranding wybranej instytucji kultury W semestrze pierwszym studenci będą pracować nad procesem rebrandingu wybranej instytucji kulturalnej. Zajęcia obejmują: 1. Wprowadzenie do zagadnień rebrandingu – omówienie definicji, celów oraz najnowszych trendów w rebrandingu w sektorze kultury. Studenci dowiedzą się, jak ważne jest strategiczne podejście do zmian wizerunkowych w kontekście

	<p>budowania tożsamości instytucji.</p> <ol style="list-style-type: none"> 2. Analiza wizualna istniejących marek w sektorze kultury – studenci będą badać i analizować istniejące przykłady rebrandingu instytucji kulturalnych, zarówno polskich, jak i zagranicznych, w celu zrozumienia, jak poszczególne elementy wizualne (logo, typografia, kolorystyka) wpływają na odbiór instytucji przez społeczeństwo. 3. Projektowanie logo i elementów identyfikacji wizualnej – praktyczne warsztaty, podczas których studenci nauczą się projektować logo oraz inne podstawowe elementy identyfikacji wizualnej (wizytówki, papier firmowy, layout strony internetowej). 4. Zastosowanie kolorystyki i typografii w projektowaniu promocyjnym – omówienie zasad kompozycji, harmonii kolorów oraz doboru odpowiednich krojów pisma do specyficznych potrzeb instytucji kulturalnych. Zajęcia warsztatowe będą obejmowały tworzenie propozycji graficznych z zastosowaniem tych zasad. 5. Tworzenie materiałów graficznych: plakaty, ulotki, bannery – zajęcia praktyczne, podczas których studenci będą projektować różnorodne materiały promocyjne dla wybranej instytucji. Zajmiemy się formatowaniem graficznych elementów takich jak plakaty, ulotki i bannery z zachowaniem spójności identyfikacji wizualnej. 6. Konsultacje indywidualne i ocena projektu – w trakcie semestru studenci będą regularnie konsultować swoje projekty z prowadzącym, a na zakończenie semestru przedstawią projekt rebrandingu wybranej instytucji kultury. <p>Semestr II: Kompleksowa identyfikacja wizualna dla projektu kuratorskiego</p> <p>W drugim semestrze studenci będą zajmować się opracowaniem kompleksowej identyfikacji wizualnej dla wybranego projektu kuratorskiego. Zajęcia obejmują:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Wprowadzenie do projektowania identyfikacji wizualnej dla projektów kuratorskich – omówienie znaczenia spójnej oprawy wizualnej w kontekście promocji wydarzeń kulturalnych, takich jak wystawy, festiwale, czy inne wydarzenia związane ze sztuką. Prezentacja przykładów z różnych krajów. 2. Projektowanie katalogów, zaproszeń i materiałów promocyjnych – warsztaty z projektowania materiałów promocyjnych, w tym katalogów wystaw, zaproszeń na wernisaże, plakatów, stron internetowych, a także innych form komunikacji wizualnej. Studenci będą rozwijać projekty z uwzględnieniem strategii komunikacyjnych. 3. Tworzenie graficznej oprawy przestrzeni wystawienniczej – omówienie technik tworzenia graficznych elementów wystawienniczych, takich jak ścienne grafiki, plansze informacyjne, bannery. Studenci nauczą się integrować te elementy z przestrzenią wystawienniczą w sposób, który wzmacnia przekaz kuratorski. 4. Wykorzystanie multimediiów w promocji – wprowadzenie do tworzenia dynamicznych materiałów promocyjnych, takich jak animacje i krótkie filmy promocyjne. Studenci nauczą się łączyć tradycyjne techniki graficzne z nowoczesnymi mediami cyfrowymi w celu wzmocnienia przekazu wystawy. 5. Konsultacje i prezentacja projektu końcowego – studenci będą mieli regularne konsultacje z prowadzącym, a semestr zakończy się prezentacją pełnej identyfikacji wizualnej dla projektu kuratorskiego.
<p>Metody dydaktyczne (wykład, pokaz, dyskusja, metoda sytuacyjna, ćwiczenia warsztatowe, ćwiczenia projektowe, prace/projekty zespołowe, konsultacje indywidualne, korekty zespołowe)</p>	<p>Wykład – Przekazanie teoretycznych podstaw dotyczących rebrandingu, projektowania graficznego i promocji instytucji kultury, wprowadzenie do trendów graficznych i zasad projektowania.</p> <p>Prezentacja – Prezentacja przykładów zrealizowanych projektów graficznych, analizowanie wizualnych identyfikacji znanych instytucji kultury oraz omówienie technik pracy w programach graficznych.</p> <p>Dyskusja – Studenci wspólnie omawiają i analizują wybrane przykłady projektów oraz rozwiązania wizualne, co umożliwia wymianę myśli i rozwijanie krytycznego myślenia.</p> <p>Metoda sytuacyjna – Praca na przykładach „z życia” – studenci dostają zadania polegające na rozwiązywaniu rzeczywistych problemów związanych z projektowaniem graficznym dla instytucji kulturalnych.</p> <p>Ćwiczenia warsztatowe – Zajęcia praktyczne, podczas których studenci pracują indywidualnie lub w grupach nad zadaniami projektowymi, poznając różnorodne techniki graficzne.</p> <p>Ćwiczenia projektowe – Studenci realizują indywidualne projekty graficzne, takie jak projekt logo, plakatu czy ulotki, rozwijając umiejętności projektowania zgodnie z potrzebami instytucji kulturalnych.</p>

	<p>Prace/projekty zespołowe – Praca w grupach nad większymi projektami, które wymagają współpracy, takimi jak kompleksowa identyfikacja wizualna dla projektów kuratorskich.</p> <p>Konsultacje indywidualne – Studenci mają możliwość regularnych spotkań z prowadzącym, gdzie omawiają postępy swoich prac i uzyskują indywidualne wskazówki.</p> <p>Korekty zespołowe – Wspólne omawianie prac w grupie, gdzie każdy student otrzymuje informacje zwrotne nie tylko od prowadzącego, ale także od kolegów z grupy, co rozwija zdolności analityczne i współpracę.</p>
Kryteria oceny	<p>Frekwencja na zajęciach i aktywność w ich trakcie.</p> <p>Wykazanie się pracą własną w zakresie przygotowania do zajęć.</p>
Metody oceny (egzamin pisemny, egzamin ustny, test, esej/referat, prezentacja/portfolio, przegląd prac)	Przegląd projektów, dyskusja
Sposób zaliczenia (Z,ZS,E,PE)	ZS