

KARTA PRACOWNI

1. **Nazwa Pracowni:** Pracownia Projektowania Opakowań
2. **Kierownik Pracowni:** dr hab. Krzysztof Kwiatkowski
3. **Asystent:** brak
4. **Kontakt:** krzysztof.kwiatkowski@uap.edu.pl
(e-mail)
5. **Lokalizacja:** sala 305, bud. B
6. **Wydział:** WGiKW
7. **Ogólna formuła prowadzenia zajęć:** konsultacje indywidualne i grupowe, wykłady wprowadzające, prezentacje technologiczne i problemowe, warsztaty
8. **Ogólne treści merytoryczne:**

Ćwiczenia praktyczne poprzedzone prezentacją wprowadzenia. Tematy realizowane przez studentów indywidualnie, sporadycznie grupowo, Korekty w postaci konsultacji prowadzone są indywidualnie, ale przy obecności innych studentów.

Tematy podzielone są na grupy dopasowane do rodzaju i poziomu studiów, oraz wydziału. Student wybiera temat z listy, może realizować temat z konkursów lub proponować swój temat jednak pod warunkiem spełniania wymogów poziomu i stopnia skomplikowania odpowiedniego dla poziomu studiów. Zdarzają się tematy pochodzące z współpracy z interesariuszami zewnętrznymi. Najczęściej z firmami produkującymi opakowania.

Standardowo student realizuje dwa ćwiczenia w semestrze: jedno modelowane materialnie, drugie z przeznaczeniem do prezentacji graficznej. W przypadku bardziej złożonych tematów ilość jest ograniczona do jednego tematu w semestrze. Zdarzają się dodatkowe krótkie ćwiczenia wprowadzające – zwłaszcza, dla nowych studentów.

Program Pracowni obejmuje:

- projektowanie brył i siatek pojedynczych opakowań tekturowych
- projektowanie serii i zestawów opakowań
- projektowanie opakowań trwałych (dla niektórych grup studentów)
- projektowanie grafiki na opakowaniach
- przygotowanie prac do prototypowania cyfrowego (druk i cutter)
- kontrola przebiegu procesu projektowego
- realizowanie projektów w oparciu o wyznaczone cele
- projektowanie z uwzględnieniem ekspozycji i marketingu
- projektowanie z uwzględnieniem potrzeb identyfikacji produktowej

9. Język/i wykładowy/e: polski

10. Realizowane przedmioty: Pracownia Kierunkowa, Pracownia Uzupełniająca I, Pracownia Uzupełniająca II, Wybrana pracownia Artystyczna. lub Projektowa, Pracownia dyplomująca

• Pracownia Kierunkowa

stopień studiów	jednolite magisterskie
semestr studiów	3,4,5,6,7,8
wymagania wstępne*	<ol style="list-style-type: none">1. Zaliczone przedmioty: Psychofizjologia widzenia, Podstawy projektowania, Propedeutyka grafiki, Przygotowanie do druku, Warsztaty komputerowe, Podstawy animacji, Malarstwo, Rysunek anatomiczny2. Podstawowa wiedza z zakresu grafiki artystycznej oraz projektowania graficznego3. Znajomość technik graficznych oraz praktycznego ich wykorzystania4. Kreatywność, niezależne myślenie i samodzielność w podejmowaniu decyzji projektowych5. nie jest wymagana znajomość posługiwania się programami do modelowania 3D, ale taka sprawność jest bardzo pomocna i mile widziana
realizowane tematy/zadania*	<p>semestr 3: Projekty prostych opakowań strukturalnych, Opracowanie koncepcji bryły, jej wyglądu i konstrukcji. Opracowanie rozwinięć powierzchni, siatek. Projekt grafiki realizującej zakładany wizerunek produktu. Wybór stylu i odpowiadającego na wskazane potrzeby komunikacyjne. Wyposażenie projektu w elementy identyfikacyjna, ilustracyjnej typograficzne. Przygotowanie siatek do prototypowania przy pomocy cuttera.</p> <p>semestr 4: Projektowanie opakowań trwałych lub bardziej zaawansowanych opakowań strukturalnych, Projektowanie opakowań serii produktów. Opracowanie charakterystycznych, rozpoznawalnych elementów wizerunkowych opakowania. Uwzględnianie technologicznych możliwości produkcji. W wypadku swobodnych kreacji artystycznych eksperymenty techniczne np.,. Tworzenie tłoczeń w tekturze, przygotowanie szablonów do tłoczenia i przeprowadzanie tłoczeń na prasach graficznych (gościnnie w pracowniach technik wklęsłodrukowych i druku wypukłego. Przygotowanie modeli oraz prac do prezentacji graficznej.</p> <p>semestr 5: Projektowanie linii stylistycznych opakowań. Opracowanie detali będących cechą rozpoznawalną dla serii, która może się składać</p>

	<p>z opakowań o różnych kształtach i proporcjach. Projektowanie zestawów produktów. Identyfikacja potrzeb prezentacji produktów w opakowaniu. Opracowanie opakowań z częściową prezentacją produktu. Opracowania grafiki na transparentnych podłożach. Projekty graficzne obejmujące uwzględnienie identyfikacja produktu i producenta. Przygotowanie modeli oraz prac do prezentacji graficznej.</p> <p>semestr 6: Tematy obejmują osadzenie opakowań w kontekście różnych zjawisk. Między innymi identyfikacji miasta, wydarzeń kulturalnych, promocji ośrodków kultury, np. skanseny, muzea, koncerty, festiwale. Projektowane są opakowania odpowiadające na zestawy funkcji wynikające z profilu imprezy lub instytucji. Przygotowanie modeli oraz prac do prezentacji graficznej.</p> <p>semestr 7: Prace projektowe realizowane w oparciu o zakładany proces projektowy. Zarówno co do poszczególnych etapów jak i czasu. Student sam identyfikuje cele i sposoby realizacji projektu odczytane z ustalonego tematu. W skład ćwiczeń wchodzi działania poszukiwania w zakresie różnych technik prowadzenia prac projektowych np. design thinking. Prace staramy się realizować z prostym briefem tworzonym zastępczo.</p> <p>semestr 8: Zakres projektowy i sposób prowadzenia ćwiczeń podobnie jak w semestrze siódmym. Podobnie jak wcześniej studenci otrzymują spis etapów projektowych, który wstępnie porządkuje kolejne działania. Proponuje także zestaw tematów przykładowych związanych ze zjawiskami i trendami współczesnymi. Studenci mogą i często proponują własne tematy, których stopień skomplikowania powinien być zbliżony do tematów z listy. Prace mają najczęściej charakter kompleksowy i w ich skład często wchodzi prezentacja kontekstu sposobu dochodzenia do rozwiązania finalnego. Przygotowanie modeli oraz prac do prezentacji graficznej.</p>
forma zaliczenia*	ZO – zaliczenie z oceną
warunki zaliczenia i kryteria oceny*	zgodnie z kartą przedmiotu
spis zalecanych lektur obowiązkowych i uzupełniających*	<ol style="list-style-type: none"> 1. Frutiger A., Człowiek i jego znaki 2. Müller-Brockmann J, Systemy siatek w projektowaniu graficznym, Wydawnictwo d2d.pl, Kraków 2020 3. Forssman F., Willberg H.P., Pierwsza pomoc w typografii. Poradnik używania pisma, Wydawnictwo słowo/obraz terytoria, Gdańsk 2008 4. González-Miranda E., Quindós T. Projektowanie ikon

	<p>i piktogramów, Wydawnictwo d2d.pl, Kraków 2019</p> <p>5. Bierut M., Raz mnie widzisz, raz nie widzisz i inne eseje o dizajnie, Wydawnictwo Karakter, Kraków 2018</p> <p>6. Wheeler A., Kreowanie marki, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2010.</p>
--	--

* wypełnić z podziałem na wszystkie semestry, w których występuje przedmiot

- **Pracownia Uzupełniająca I, Pracownia Uzupełniająca II**

Zestaw zagadnień jest podobny jak w przypadku pracowni kierunkowej. Zasadnicza różnica polega na wyborze mniej absorbujących tematów zakładając mniejsze zaangażowanie czasowe studenta.

stopień studiów	jednolite magisterskie
semestr studiów	3,4,5,6,7,8,9
wymagania wstępne*	<ol style="list-style-type: none"> 1. Zaliczone przedmioty: Psychofizjologia widzenia, Podstawy projektowania, Propedeutyka grafiki, Przygotowanie do druku, Warsztaty komputerowe, Podstawy animacji, Malarstwo, Rysunek anatomiczny 2. Podstawowa wiedza z zakresu grafiki artystycznej oraz projektowania graficznego 3. Znajomość technik graficznych oraz praktycznego ich wykorzystania 4. Kreatywność, niezależne myślenie i samodzielność w podejmowaniu decyzji projektowych
realizowane tematy/zadania*	<p>semestr 3: Projekty prostych opakowań strukturalnych, Opracowanie koncepcji bryły, jej wyglądu i konstrukcji. Opracowanie rozwinięć powierzchni, siatek. Projekt grafiki realizującej zakładany wizerunek produktu. Wybór stylu i odpowiadającego na wskazane potrzeby komunikacyjne. Wyposażenie projektu w elementy identyfikacyjna, ilustracyjne i typograficzne. Przygotowanie siatek do prototypowania przy pomocy cuttera.</p> <p>semestr 4: Projektowanie opakowań trwałych lub bardziej zaawansowanych opakowań strukturalnych, Projektowanie opakowań serii produktów. Opracowanie charakterystycznych, rozpoznawalnych elementów wizerunkowych opakowania. Uwzględnianie technologicznych możliwości produkcji. W wypadku swobodnych kreacji artystycznych eksperymenty techniczne np., Tworzenie tłoczeń w tekturze, przygotowanie szablonów do tłoczenia i przeprowadzanie tłoczeń na prasach graficznych (gościnnie w pracowniach technik wklęsłodrukowych i druku wypukłego.</p>

Przygotowanie modeli oraz prac do prezentacji graficznej.

semestr 5:

Projektowanie linii stylistycznych opakowań. Opracowanie detali będących cechą rozpoznawalną dla serii, która może się składać z opakowań o różnych kształtach i proporcjach. Projektowanie zestawów produktów. Identyfikacja potrzeb prezentacji produktów w opakowaniu. Opracowanie opakowań z częściową prezentacją produktu. Opracowania grafiki na transparentnych podłożach. Projekty graficzne obejmujące uwzględnienie identyfikacja produktu i producenta. Przygotowanie modeli oraz prac do prezentacji graficznej.

semestr 6:

Tematy obejmują osadzenie opakowań w kontekście różnych zjawisk. Między innymi identyfikacji miasta, wydarzeń kulturalnych, promocji ośrodków kultury, np. skanseny, muzea, koncerty, festiwale. Projektowane są opakowania odpowiadające na zestawy funkcji wynikające z profilu imprezy lub instytucji. Przygotowanie modeli oraz prac do prezentacji graficznej.

semestr 7:

Prace projektowe realizowane w oparciu o zakładany proces projektowy. Zarówno co do poszczególnych etapów jak i czasu. Student sam identyfikuje cele i sposoby realizacji projektu odczytane z ustalonego tematu. W skład ćwiczeń wchodzi działania poszukiwania w zakresie różnych technik prowadzenia prac projektowych np. design thinking. Prace staramy się realizować z prostym briefem tworzonym zastępczo.

semestr 8:

Zakres projektowy i sposób prowadzenia ćwiczeń podobnie jak w semestrze siódmym. Podobnie jak wcześniej studenci otrzymują spis etapów projektowych, który wstępnie porządkuje kolejne działania. Proponuje także zestaw tematów przykładowych związanych ze zjawiskami i trendami współczesnymi, Studenci mogą i często proponują własne tematy, których stopień skomplikowania powinien być zbliżony do tematów z listy. Prace mają najczęściej charakter kompleksowy i w ich skład często wchodzi prezentacja kontekstu sposobu dochodzenia do rozwiązania finalnego. Przygotowanie modeli oraz prac do prezentacji graficznej.

semestr 9:

Opakowanie osadzone w strategii marketingowej. Podobnie jak w semestrze ósmym pracujemy z briefem. Projektowanie powiązane z działaniami marketingowymi, takimi jak downsizing, poszukiwanie opakowań dla nowego produktu na nowy rynek,

	zmiany nawyków żywieniowych etc. Realizacje o charakterze badawczym.
forma zaliczenia*	ZO – zaliczenie z oceną
warunki zaliczenia i kryteria oceny*	zgodnie z kartą przedmiotu
spis zalecanych lektur obowiązkowych i uzupełniających*	<ol style="list-style-type: none"> 1. Frutiger A., Człowiek i jego znaki 2. Müller-Brockmann J, Systemy siatek w projektowaniu graficznym, Wydawnictwo d2d.pl, Kraków 2020 3. Forssman F., Willberg H.P., Pierwsza pomoc w typografii. Poradnik używania pisma, Wydawnictwo słowo/obraz terytoria, Gdańsk 2008 4. González-Miranda E., Quindós T. Projektowanie ikon i piktogramów, Wydawnictwo d2d.pl, Kraków 2019 5. Bierut M., Raz mnie widzisz, raz nie widzisz i inne eseje o dizajnie, Wydawnictwo Karakter, Kraków 2018 6. Wheeler A., Kreowanie marki, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2010.

* wypełnić z podziałem na semestry, w których występuje przedmiot

- **Wybrana Pracownia Artystyczna lub Projektowa**

Schemat zagadnień jest podobny jak w przypadku studiów kierunkowych. Różnicę stanowi dodatkowa pula tematów. Ze względu na to, że studenci uczestniczący w zajęciach pochodzą z różnych wydziałów to pojawia się więcej grafiki produktowej, zagadnień związanych z opakowaniami trwałymi np. ze szkła, drewna, metalu. Ze względu na potrzeby wejścia w zagadnienia graficzne proponowane są także nieco prostsze cele wizualne. W zestawach tematów są także ćwiczenia pozwalające na eksperymenty artystyczne, które nie są związane z marketingowymi funkcjami opakowań.

stopień studiów	jednolite magisterskie
semestr studiów	3,4,5,6,7,8,9
wymagania wstępne*	<ol style="list-style-type: none"> 1. Podstawowa wiedza z zakresu grafiki artystycznej i/lub projektowania graficznego 2. Kreatywność, niezależne myślenie i samodzielność w podejmowaniu decyzji projektowych
realizowane tematy/zadania*	<p>semestr 3: Projektory prostych opakowań strukturalnych, Opracowanie koncepcji bryły, jej wyglądu i konstrukcji. Opracowanie rozwinięć powierzchni, siatek. Projekt grafiki realizującej zakładany wizerunek produktu. Wybór stylu i odpowiadającego na wskazane potrzeby komunikacyjne. Wyposażenie projektu w elementy</p>

identyfikacyjna, ilustracyjne i typograficzne. Przygotowanie siatek do prototypowania przy pomocy cuttera

semestr 4:

Projektowanie opakowań trwałych lub bardziej zaawansowanych opakowań strukturalnych, Projektowanie opakowań serii produktów. Opracowanie charakterystycznych, rozpoznawalnych elementów wizerunkowych opakowania. Uwzględnianie technologicznych możliwości produkcji. W wypadku swobodnych kreacji artystycznych eksperymenty techniczne np.,. Tworzenie tłoczeń w tekturze, przygotowanie szablonów do tłoczenia i przeprowadzanie tłoczeń na prasach graficznych (gościnnie w pracowniach technik wklęsłodrukowych i druku wypukłego. Przygotowanie modeli oraz prac do prezentacji graficznej.

semestr 5:

Projektowanie linii stylistycznych opakowań. Opracowanie detali będących cechą rozpoznawalną dla serii, która może się składać z opakowań o różnych kształtach i proporcjach. Projektowanie zestawów produktów. Identyfikacja potrzeb prezentacji produktów w opakowaniu. Opracowanie opakowań z częściową prezentacją produktu. Opracowania grafiki na transparentnych podłożach. Projekty graficzne obejmujące uwzględnienie identyfikacja produktu i producenta. Przygotowanie modeli oraz prac do prezentacji graficznej.

semestr 6:

Tematy obejmują osadzenie opakowań w kontekście różnych zjawisk. Między innymi identyfikacji miasta, wydarzeń kulturalnych, promocji ośrodków kultury, np. skanseny, muzea, koncerty, festiwale. Projektowane są opakowania odpowiadające na zestawy funkcji wynikające z profilu imprezy lub instytucji. Przygotowanie modeli oraz prac do prezentacji graficznej.

semestr 7:

Prace projektowe realizowane w oparciu o zakładany proces projektowy. Zarówno co do poszczególnych etapów jak i czasu. Student sam identyfikuje cele i sposoby realizacji projektu odczytane z ustalonego tematu. W skład ćwiczeń wchodzi działania poszukiwania w zakresie różnych technik prowadzenia prac projektowych np. design thinking. Prace staramy się realizować z prostym briefem tworzonym zastępczo.

semestr 8:

Zakres projektowy i sposób prowadzenia ćwiczeń podobnie jak w semestrze siódmym. Podobnie jak wcześniej studenci otrzymują spis etapów projektowych, który wstępnie porządkuje kolejne działania. Proponuje także zestaw tematów

	<p>przykładowych związanych ze zjawiskami i trendami współczesnymi, Studenci mogą i często proponują własne tematy, których stopień skomplikowania powinien być zbliżony do tematów z listy. Prace mają najczęściej charakter kompleksowy i w ich skład często wchodzi prezentacja kontekstu sposobu dochodzenia do rozwiązania finalnego. Przygotowanie modeli oraz prac do prezentacji graficznej.</p> <p>semestr 9: Opakowanie osadzone w strategii marketingowej. Podobnie jak w semestrze ósmym pracujemy z briefem. Poszukujemy oraz działaniami marketingowymi, takimi jak downsizing, poszukiwanie opakowań dla nowego produktu na nowy rynek, zmiany nawyków żywieniowych etc. Realizacje o charakterze badawczym.</p>
forma zaliczenia*	Z – zaliczenie
warunki zaliczenia i kryteria oceny*	zgodnie z kartą przedmiotu
spis zalecanych lektur obowiązkowych i uzupełniających*	<ol style="list-style-type: none"> 1. Frutiger A., Człowiek i jego znaki 2. Müller-Brockmann J, Systemy siatek w projektowaniu graficznym, Wydawnictwo d2d.pl, Kraków 2020 3. Forssman F., Willberg H.P., Pierwsza pomoc w typografii. Poradnik używania pisma, Wydawnictwo słowo/obraz terytoria, Gdańsk 2008

* wypełnić z podziałem na semestry, w których występuje przedmiot

- **Pracownia dyplomująca**

Ze względu na dużą różnorodność tematyczną prace mają różne elementy składowe.

stopień studiów	jednolite magisterskie
semestr studiów	9,10
wymagania wstępne*	<ol style="list-style-type: none"> 1. Müller-Brockmann J, Systemy siatek w projektowaniu graficznym, Wydawnictwo d2d.pl, Kraków 2020 2. Bierut M., Raz mnie widzisz, raz nie widzisz i inne eseje o dizajnie, Wydawnictwo Karakter, Kraków 2018 6. Wheeler A., Kreowanie marki, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2010.
realizowane tematy/zadania*	<p>semestr 9: Realizacja zaawansowanego, złożonego projektu z zakresu grafiki projektowej z poszerzoną analizą merytoryczną i graficzną. Poszerzona koncepcja z uwzględnieniem etapów adekwatnych do celów projektu, zakresu opracowania i weryfikowania efektów projektowych. Realizacje o charakterze badawczym.</p>

	<p>semestr 10: Realizacja zaawansowanego, złożonego projektu z zakresu grafiki projektowej z poszerzoną analizą merytoryczną i graficzną. Poszerzona koncepcja z uwzględnieniem złożonej struktury użytkowej, często także autorskiego opracowania gry, lub zasady działania produktu i opakowania. Poza samym opakowaniem opracowywane są treści informacyjne i identyfikacja produktowa. Uwzględniona jest też technologiczności opakowań. Szczególnie dużo uwagi zwraca się na technikę wykonania i zaawansowany sposób prezentacji pozwalający zapoznać się ze wszystkimi cechami rozwiązania. Opracowanie o charakterze badawczym z przygotowaniem prototypu. Przygotowanie rozbudowanej wypowiedzi ustnej i pisemnej, z wykorzystaniem specjalistycznej literatury oraz zaawansowanych źródeł bibliograficznych również w języku obcym na poziomie B2+ Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego.</p>
forma zaliczenia*	ZO – zaliczenie z oceną
warunki zaliczenia i kryteria oceny*	zgodnie z kartą przedmiotu
spis zalecanych lektur obowiązkowych i uzupełniających*	1. Müller-Brockmann J, Systemy siatek w projektowaniu graficznym, Wydawnictwo d2d.pl, Kraków 2020 2. Bierut M., Raz mnie widzisz, raz nie widzisz i inne eseje o dizajnie, Wydawnictwo Karakter, Kraków 2018 6. Wheeler A., Kreowanie marki, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2010.

* wypełnić z podziałem na semestry, w których występuje przedmiot

11. ECTS: zgodnie z kartą przedmiotu dla odpowiedniego kierunku i stopnia

12. Kierunkowe efekty kształcenia: zgodnie z kartą przedmiotu dla odpowiedniego kierunku i stopnia.

AUTOR OPRACOWANIA
dr hab. Krzysztof Kwiatkowski