

KARTA PRACOWNI

- 1. Nazwa Pracowni: Pracownia Znak i Identyfikacji**
- 2. Kierownik Pracowni: dr hab. Wojciech Janicki**
- 3. Asystent: brak**
- 4. Kontakt: wojciech.janicki@uap.edu.pl**
(e-mail)
- 5. Lokalizacja: sala 301, bud. B**
- 6. Wydział: WGiKW**
- 7. Ogólna formuła prowadzenia zajęć:** konsultacje indywidualne i grupowe, wykłady wprowadzające, prezentacje projektów obejmujące analizę i dyskusję, warsztaty
- 8. Ogólne treści merytoryczne:**

Ćwiczenia praktyczne poprzedzone wprowadzeniem teoretycznym. Tematy realizowane w oparciu o brief projektu, indywidualne konsultacje i korekty. Otwartość na autorskie poszukiwania graficzne. Pracownia regularnie podejmuje współpracę z firmami i instytucjami realizując projekty zamawiane o charakterze komercyjnym np. kampanie reklamowe produktów, usług, wydarzeń.

Tematy są realizowane jako ćwiczenia semestralne lub konkursy zamknięte dla studentów Pracowni.

Program Pracowni obejmuje:

- zasady projektowania znaku,
- zasady projektowania systemu identyfikacji,
- specyfikacja techniczna (księga znaku/id),
- ux i service design,
- kampanie reklamowe produktów, usług, wydarzeń,
- projektowanie interdyscyplinarne,
- terminologia i metody pracy,
- trendy i historia designu (prezentacje),
- eksperyment graficzny.

- 9. Język/i wykładowy/e:** polski
- 10. Realizowane przedmioty:** Pracownia Kierunkowa, Pracownia Uzupełniająca I, Pracownia Uzupełniająca II, Wybrana pracownia Artyst. lub Projektowa, Pracownia dyplomująca

• Pracownia Kierunkowa

stopień studiów	jednolite magisterskie
semestr studiów	3,4,5,6,7,8
wymagania wstępne*	<p>1. Zaliczone przedmioty: Psychofizjologia widzenia, Podstawy projektowania, Propedeutyka grafiki, Przygotowanie do druku, Warsztaty komputerowe, Podstawy animacji, Malarstwo, Rysunek anatomiczny</p> <p>2. Podstawowa wiedza z zakresu grafiki artystycznej oraz projektowania graficznego</p> <p>3. Znajomość technik graficznych oraz praktycznego ich wykorzystania</p> <p>4. Kreatywność, niezależne myślenie i samodzielność w podejmowaniu decyzji projektowych</p>
realizowane tematy/zadania*	<p>semestr 3: Projekt prostej formy znakowej z analizą merytoryczną i graficzną. Projekt podstawowego zestawu znaków / symboli np: piktogramów, ikon. Projekt prostego systemu graficznego o rozmaitej tematyce z uwzględnieniem zagadnień kierunkowych i pokrewnych dyscyplin na poziomie podstawowym (kolorystyka, typografia, elementy graficzne). Projekt z podstawową analizą merytoryczną i graficzną (np. kampania społeczna, reklamowa, promocyjna). Prezentacja pracy w ramach przeglądu.</p> <p>semestr 4: Projekt formy znakowej / identyfikacyjnej realizowany w oparciu o wytyczne np. brief konkursowy. Opracowanie podstawowej księgi znaku. Projekt podstawowej oprawy graficznej o rozmaitej tematyce z uwzględnieniem poszerzonego zakresu mediów (druk / web / outdoor). Realizacja projektu obejmującego wybór lub podział zadań (projekt zespołowy) oraz opracowanie prezentacji i wybranych elementów (druk / web). Przygotowanie pracy do wystawy końcoworocznej.</p> <p>semestr 5: Projekt graficzny z uwzględnieniem poszerzonych zagadnień kierunkowych obejmujący definiowanie treści merytorycznych i graficznych, w tym strategii wizerunkowej (marka personalna, marka miejsca, marka produktowa). Projekt poszerzonego zestawu form znakowych np: piktogramów, ikon. Prezentacja pracy w ramach przeglądu.</p> <p>semestr 6: Specyfikacja techniczna, opracowanie księgi znaku / identyfikacji wraz z opisem procesu projektowego. Projekt zespołowy obejmujący opiekę projektową, nadzór i koordynowanie prac graficznych oraz kompleksowe opracowanie w formie prezentacji i wybranych elementów (druk / web). Przygotowanie pracy do wystawy końcoworocznej.</p>

	<p>semestr 7: Projekt z poszerzoną analizą merytoryczną i graficzną (np. kampania społeczna, reklamowa, promocyjna). Projekt stanowiący odpowiedź na zapotrzebowanie społeczne i/lub komercyjne (brief projektu). Prezentacja pracy w ramach przeglądu.</p> <p>semestr 8: Projekt kompleksowej oprawy graficznej z uwzględnieniem szerokiego zakresu mediów i doboru treści merytorycznych (druk / web / outdoor) i zaawansowanej treści merytorycznej. Opracowanie zaawansowanego systemu identyfikacji wizualnej z elementami kreowania marki, service design. Opracowanie zaawansowanej formy prezentacji projektu wraz ze specyfikacją techniczną (brandbook). Przygotowanie pracy do wystawy końcoworocznej.</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. Airey D., Logo Design Love: Zaprojektuj genialny logotyp!, Helion, Gliwice 2015. 3. Müller-Brockmann J, Systemy siatek w projektowaniu graficznym, Wydawnictwo d2d.pl, Kraków 2020 4. Forssman F., Willberg H.P., Pierwsza pomoc w typografii. Poradnik używania pisma, Wydawnictwo słowo/obraz terytoria, Gdańsk 2008 5. González-Miranda E., Quindós T. Projektowanie ikon i piktogramów, Wydawnictwo d2d.pl, Kraków 2019 6. Bierut M., Raz mnie widzisz, raz nie widzisz i inne eseje o dizajnie, Wydawnictwo Karakter, Kraków 2018 7. Mitchell M., Wightman S., Typografia książki. Podręcznik projektanta, Wydawnictwo d2d.pl, Kraków 2018 8. Wheeler A., Kreowanie marki, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2010.

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

● **Pracownia Uzupełniająca I, Pracownia Uzupełniająca II**

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: Projekt prostej formy znakowej z analizą merytoryczną i graficzną. Projekt podstawowego zestawu znaków / symboli np: piktogramów, ikon. Projekt prostego systemu graficznego o różnej tematyce z uwzględnieniem zagadnień kierunkowych i pokrewnych dyscyplin na poziomie podstawowym (kolorystyka, typografia, elementy graficzne). Projekt z podstawową analizą merytoryczną i graficzną (np. kampania społeczna, reklamowa, promocyjna). Prezentacja pracy w ramach przeglądu.</p> <p>semestr 4: Projekt formy znakowej / identyfikacyjnej realizowany w oparciu o wytyczne np. brief konkursowy. Opracowanie podstawowej księgi znaku. Projekt podstawowej oprawy graficznej o różnej tematyce z uwzględnieniem poszerzonego zakresu mediów (druk / web / outdoor). Realizacja projektu obejmującego wybór lub podział zadań (projekt zespołowy) oraz opracowanie prezentacji i wybranych elementów (druk / web). Przygotowanie pracy do wystawy końcoworocznej.</p> <p>semestr 5: Projekt graficzny z uwzględnieniem poszerzonych zagadnień kierunkowych obejmujący definiowanie treści merytorycznych i graficznych, w tym strategii wizerunkowej (marka personalna, marka miejsca, marka produktowa). Projekt poszerzonego zestawu form znakowych np: piktogramów, ikon. Prezentacja pracy w ramach przeglądu.</p> <p>semestr 6: Specyfikacja techniczna, opracowanie księgi znaku / identyfikacji wraz z opisem procesu projektowego. Projekt zespołowy obejmujący opiekę projektową, nadzór i koordynowanie prac graficznych oraz kompleksowe opracowanie w formie prezentacji i wybranych elementów (druk / web). Przygotowanie pracy do wystawy końcoworocznej.</p> <p>semestr 7: Projekt z poszerzoną analizą merytoryczną i graficzną (np. kampania społeczna, reklamowa, promocyjna). Projekt stanowiący odpowiedź na zapotrzebowanie społeczne i/lub komercyjne (brief projektu). Prezentacja pracy w ramach przeglądu.</p> <p>semestr 8: Projekt kompleksowej oprawy graficznej z uwzględnieniem szerokiego zakresu mediów i doboru treści merytorycznych (druk / web / outdoor) i zaawansowanej treści merytorycznej. Opracowanie zaawansowanego systemu identyfikacji wizualnej z elementami kreowania marki, service design.</p>

	<p>Opracowanie zaawansowanej formy prezentacji projektu wraz ze specyfikacją techniczną (brandbook). Przygotowanie pracy do wystawy końcoworocznej.</p> <p>semestr 9: Realizacja zaawansowanego, złożonego projektu o charakterze badawczym z zakresu grafiki projektowej z poszerzoną analizą merytoryczną i graficzną. Poszerzona koncepcja wizerunkowa obejmująca elementy strategii (marka personalna, marka miejsca, marka produktowa). Opracowanie zaawansowanej formy prezentacji projektu wraz ze specyfikacją techniczną i opisem pracy.</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. Airey D., Logo Design Love: Zaprojektuj genialny logotyp!, Helion, Gliwice 2015. 3. Müller-Brockmann J, Systemy siatek w projektowaniu graficznym, Wydawnictwo d2d.pl, Kraków 2020 4. Forssman F., Willberg H.P., Pierwsza pomoc w typografii. Poradnik używania pisma, Wydawnictwo słowo/obraz terytoria, Gdańsk 2008 5. González-Miranda E., Quindós T. Projektowanie ikon i piktogramów, Wydawnictwo d2d.pl, Kraków 2019 6. Bierut M., Raz mnie widzisz, raz nie widzisz i inne eseje o dizajnie, Wydawnictwo Karakter, Kraków 2018 7. Mitchell M., Wightman S., Typografia książki. Podręcznik projektanta, Wydawnictwo d2d.pl, Kraków 2018 8. Wheeler A., Kreowanie marki, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2010.

* wypełnić z podziałem na semestry, w których występuje przedmiot

● **Wybrana Pracownia Artystyczna lub Projektowa**

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>w zależności od stopnia zaawansowania studenta i semestru wejścia</p> <p>semestr 3: Projekt prostej formy znakowej z analizą merytoryczną i graficzną. Projekt podstawowego zestawu znaków / symboli np: piktogramów, ikon. Projekt prostego systemu graficznego</p>

o rozmaitej tematyce z uwzględnieniem zagadnień kierunkowych i pokrewnych dyscyplin na poziomie podstawowym (kolorystyka, typografia, elementy graficzne). Projekt z podstawową analizą merytoryczną i graficzną (np. kampania społeczna, reklamowa, promocyjna). Prezentacja pracy w ramach przeglądu.

semestr 4:

Projekt formy znakowej / identyfikacyjnej realizowany w oparciu o wytyczne np. brief konkursowy. Opracowanie podstawowej księgi znaku. Projekt podstawowej oprawy graficznej o rozmaitej tematyce z uwzględnieniem poszerzonego zakresu mediów (druk / web / outdoor). Realizacja projektu obejmującego wybór lub podział zadań (projekt zespołowy) oraz opracowanie prezentacji i wybranych elementów (druk / web). Przygotowanie pracy do wystawy końcoworocznej.

semestr 5:

Projekt graficzny z uwzględnieniem poszerzonych zagadnień kierunkowych obejmujący definiowanie treści merytorycznych i graficznych, w tym strategii wizerunkowej (marka personalna, marka miejsca, marka produktowa). Projekt poszerzonego zestawu form znakowych np: piktogramów, ikon. Prezentacja pracy w ramach przeglądu.

semestr 6:

Specyfikacja techniczna, opracowanie księgi znaku / identyfikacji wraz z opisem procesu projektowego. Projekt zespołowy obejmujący opiekę projektową, nadzór i koordynowanie prac graficznych oraz kompleksowe opracowanie w formie prezentacji i wybranych elementów (druk / web). Przygotowanie pracy do wystawy końcoworocznej.

semestr 7:

Projekt z poszerzoną analizą merytoryczną i graficzną (np. kampania społeczna, reklamowa, promocyjna). Projekt stanowiący odpowiedź na zapotrzebowanie społeczne i/lub komercyjne (brief projektu). Prezentacja pracy w ramach przeglądu.

semestr 8:

Projekt kompleksowej oprawy graficznej z uwzględnieniem szerokiego zakresu mediów i doboru treści merytorycznych (druk / web / outdoor) i zaawansowanej treści merytorycznej. Opracowanie zaawansowanego systemu identyfikacji wizualnej z elementami kreowania marki, service design. Opracowanie zaawansowanej formy prezentacji projektu wraz ze specyfikacją techniczną (brandbook). Przygotowanie pracy do wystawy końcoworocznej.

semestr 9:

Realizacja zaawansowanego, złożonego projektu o charakterze badawczym z zakresu grafiki projektowej z poszerzoną analizą merytoryczną i graficzną.
Poszerzona koncepcja wizerunkowa obejmująca elementy

	strategii (marka personalna, marka miejsca, marka produktowa). Opracowanie zaawansowanej formy prezentacji projektu wraz ze specyfikacją techniczną i opisem pracy..
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. Airey D., Logo Design Love: Zaprojektuj genialny logotyp!, Helion, Gliwice 2015. 3. Müller-Brockmann J, Systemy siatek w projektowaniu graficznym, Wydawnictwo d2d.pl, Kraków 2020 4. Forssman F., Willberg H.P., Pierwsza pomoc w typografii. Poradnik używania pisma, Wydawnictwo słowo/obraz terytoria, Gdańsk 2008 5. González-Miranda E., Quindós T. Projektowanie ikon i piktogramów, Wydawnictwo d2d.pl, Kraków 2019

* wypełnić z podziałem na semestry, w których występuje przedmiot

• Pracownia dyplomująca

stopień studiów	jednolite magisterskie
semestr studiów	9,10
wymagania wstępne*	<ol style="list-style-type: none"> 1. Zaliczone przedmioty: Pracownia Kierunkowa, Pracownia Uzupełniająca I, Pracownia Uzupełniająca II, Historia Designu, Psychofizjologia widzenia, Prawo autorskie, Przygotowanie do druku, Semiotyka, Teoria i praktyka obrazowania 2. Zaawansowana wiedza z zakresu projektowania graficznego oraz podstawowa z grafiki artystycznej. 3. Zaawansowana znajomość technik projektowania graficznego oraz praktycznego ich wykorzystania. 4. Kreatywność, niezależne myślenie i samodzielność w podejmowaniu decyzji artystycznych.
realizowane tematy/zadania*	<p>semestr 9: Realizacja zaawansowanego, złożonego projektu o charakterze badawczym z zakresu grafiki projektowej z poszerzoną analizą merytoryczną i graficzną. Poszerzona koncepcja wizerunkowa obejmująca elementy strategii (marka personalna, marka miejsca, marka produktowa). Projekt zaawansowanego zestawu znaków / symboli np: piktogramów, ikon z prezentacją docelowego użycia. Opracowanie zaawansowanej formy prezentacji projektu wraz ze specyfikacją techniczną i opisem pracy.</p>

	<p>semestr 10: Projekt kampanii społecznej, reklamowej, promocyjnej z poszerzoną analizą merytoryczną i graficzną (np. we współpracy z interesariuszem zewnętrznym). Projekt kompleksowej oprawy graficznej z uwzględnieniem szerokiego zakresu mediów (druk / web / outdoor) i zaawansowanej treści merytorycznej. Opracowanie o charakterze badawczym obejmujące zaawansowany system identyfikacji wizualnej z elementami kreowania marki, service design, ux. Opracowanie zaawansowanej formy prezentacji projektu wraz ze specyfikacją techniczną i opisem pracy. 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*	<ol style="list-style-type: none"> 1. Frutiger A., Człowiek i jego znaki 2. Airey D., Logo Design Love: Zaprojektuj genialny logotyp!, Helion, Gliwice 2015. 3. Müller-Brockmann J, Systemy siatek w projektowaniu graficznym, Wydawnictwo d2d.pl, Kraków 2020 4. Forssman F., Willberg H.P., Pierwsza pomoc w typografii. Poradnik używania pisma, Wydawnictwo słowo/obraz terytoria, Gdańsk 2008 5. González-Miranda E., Quindós T. Projektowanie ikon i piktogramów, Wydawnictwo d2d.pl, Kraków 2019 6. Bierut M., Raz mnie widzisz, raz nie widzisz i inne eseje o dizajnie, Wydawnictwo Karakter, Kraków 2018 7. Mitchell M., Wightman S., Typografia książki. Podręcznik projektanta, Wydawnictwo d2d.pl, Kraków 2018 8. 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. Wojciech Janicki prof. UAP