



KARTA OPISU PRZEDMIOTU - SYLABUS

Nazwa przedmiotu
Home staging [S2AW1>HS]

Przedmiot

Kierunek studiów
Architektura wnętrz

Rok/Semestr
1/1

Studia w zakresie (specjalność)
–

Profil studiów
ogólnoakademicki

Poziom studiów
drugiego stopnia

Język oferowanego przedmiotu
polski

Forma studiów
stacjonarne

Wymagalność
obligatoryjny

Liczba godzin

Wykład	Laboratorium	Inne
15	0	0
Ćwiczenia	Projekty/seminaria	
0	45	

Liczba punktów ECTS

4,00

Koordynatorzy

Wykładowcy

Wymagania wstępne

Student: - ma podstawową wiedzę teoretyczną dotyczącą problemów projektowania wnętrz współczesnych
- ma wiedzę teoretyczną dotyczącą wnętrz historycznych - posiada umiejętności z zakresu projektowania wnętrz

Cel przedmiotu

Z punktu widzenia rynku, celem stylizacja architektonicznej nieruchomości jest jak najszybsze znalezienie nabywcy lub najemcy w warunkach, gdy długotrwałe koszty utrzymania niesprzedanej nieruchomości przewyższają koszty powierzchniowego remontu / restylingu. Do zadań konsultanta stylistycznego nieruchomości należą rekomendacje schematu kolorystycznego, wykończenia ścian, podłóg i zmiany wyposażenia, mając na uwadze budżet, sąsiedztwo i wartość sprzedaży nieruchomości. Home staging to dynamicznie rozwijająca się branża w Polsce i na świecie, w której również studenci architektury mogą się odnaleźć i wykorzystać swoją edukację architektoniczną. Sposób realizacji przedmiotu ukazuje studentom edukację architektoniczną jako różnorodność możliwości na rynku pracy i owocuje zwiększeniem konkurencyjności absolwentów. Przedmiot home staging, poprzez zróżnicowane metody nauczania i praktyczne warsztaty, ma na celu przygotować studentów do dynamicznego rynku pracy, pokazując, jak ich umiejętności mogą być wszechstronnie wykorzystane. Dzięki temu studenci zyskują nie tylko teoretyczną wiedzę, ale także praktyczne umiejętności, które zwiększają ich konkurencyjność jako przyszłych architektów i specjalistów w dziedzinie home stagingu.

Przedmiotowe efekty uczenia się

Wiedza:

- Posiada wiedzę z zakresu uwarunkowań prawnych i ekonomicznych twórczości architekta wnętrz.
- Zna i rozumie teoretyczny i praktyczny wymiar działalności projektanta architektury wnętrz.

Umiejętności:

- Potrafi posługiwać się technikami informacyjno-komunikacyjnymi właściwymi do realizacji zadań typowych dla działalności projektowej związanych z architekturą wnętrz.
- Potrafi dokonać analizy ekonomicznej podejmowanych działań w zakresie projektowania architektonicznego wnętrz.
- Potrafi komunikować się na tematy specjalistyczne z przedstawicielami różnych branż oraz pozostałymi uczestnikami procesu projektowego oraz posługiwać się specjalistyczną terminologią z zakresu architektury wnętrz, architektury i urbanistyki w języku polskim i obcym (na poziomie B2+ ESOKJ).
- Potrafi współdziałać z innymi osobami w ramach prac zespołowych i podejmować w nich wiodącą rolę.
- Potrafi określić kierunki dalszego uczenia się i zrealizować proces samokształcenia.

Kompetencje społeczne:

- Posiada umiejętność krytycznej oceny swojej wiedzy oraz uznaje znaczenie opinii ekspertów w rozwiązywaniu problemów praktycznych i poznawczych.
- Jest odpowiedzialny za rzetelność uzyskanych wyników swoich prac i ich interpretację.
- Rozumie potrzebę i zna możliwości ciągłego aktualizowania i uzupełniania wiedzy oraz konieczności podnoszenia kompetencji zawodowych i społecznych.
- Przestrzega i rozwija zasady etyki zawodowej oraz działa na rzecz przestrzegania tych zasad.

Metody weryfikacji efektów uczenia się i kryteria oceny

Efekty uczenia się przedstawione wyżej weryfikowane są w następujący sposób:

Zaliczenie w formie egzaminu z wykładów oraz zaliczenie ćwiczenia, nagradzane dodatkowy certyfikatem home staging

końcowy przegląd na ostatnich zajęciach

skala ocen: 2,0; 3,0; 3,5; 4,0; 4,5; 5,0

Treści programowe

Treści programowe mają na celu zdobycie przez studenta kompetencji w roli konsultanta stylistycznego wnętrz (home stager) czyli wykonywania stylizacji architektonicznej nieruchomości (home staging). Home staging stanowi ogół działań przygotowujących nieruchomość do wynajmu lub sprzedaży, poprzez podniesienie atrakcyjności architektury i wnętrz i odpowiednią jej prezentację. Transformacje przestrzeni mają na celu pomoc klientom w zwizualizowaniu nieruchomości jako nowego domu, biura lub miejsca pracy i docenić jej potencjał.

Tematyka zajęć

1. Home staging. Definicja i charakter działalności. Marketing sprzedaży.
2. Rynek nieruchomości a home staging.
3. Grupa docelowa. Kontekst przestrzenno-społeczny nieruchomości i jego wpływ na cenę i budżet inwestycji home staging.
4. Układy funkcjonalne. Projekt koncepcja home stagingu mieszkania.
5. Kosztorysowanie zmian aranżacji przestrzeni. Ekonomia prac remontowych.
6. Stylizacja. Strategie doboru stylistyki wnętrz nakierowane na odbiór masowy.
7. Fotografia komercyjna architektury wnętrz.

Metody dydaktyczne

- metody nauczania teoretycznego: wykład oraz dyskusja wsparte odniesieniami do literatury przedmiotu
- metody nauczania praktycznego: wykonanie ćwiczenia projektowego, burza mózgów, praca w grupie

Literatura

Podstawowa

Bonenberg A., Wlazły W., (2022) 'Home staging, i.e. preparing real estate for sale. Discussion of the definition', Space & Form | Przestrzen i Forma 52. <http://doi.org/10.21005/pif.2022.52.B-02>
 Susan J. Slotkis, Foundations of Interior Design, Fairchild Books, 2017, ISBN 9781501315909
 Łukasz Kruszewski, Marketing nieruchomości. Home branding Wydawnictwo Słowa i Myśli 2016
 Anne Massey, Interior Design Since 1900, Thames & Hudson, 2008, ISBN 9780500203972
 Sally Augustin, Neil Frankel, Cindy Coleman, Place Advantage: Applied Psychology for Interior Architecture, Wiley 2009 ISBN 9780470422120
 Graeme Brooker, Lois Weinthal, The Handbook of Interior Architecture and Design, Bloomsbury Academic 2013, ISBN 9781847887450
 Uzupełniająca
 Anthony Sully, Interior Design: Theory and Process, A&C Black Visual Arts, 2012, ISBN 9781408152027
 Chair: 500 Designs that Matter, Phaidon Editors, Phaidon Press 2018 ISBN 9780714876108

Bilans nakładu pracy przeciętnego studenta

	Godzin	ECTS
Łączny nakład pracy	100	4,00
Zajęcia wymagające bezpośredniego kontaktu z nauczycielem	60	2,50
Praca własna studenta (studia literaturowe, przygotowanie do zajęć laboratoryjnych/ćwiczeń, przygotowanie do kolokwium/egzaminu, wykonanie projektu)	40	1,50