



KARTA OPISU PRZEDMIOTU - SYLABUS

Nazwa przedmiotu

Warsztat - portfolio [S2AW1>WP]

Przedmiot

Kierunek studiów

Architektura wnętrz

Rok/Semestr

2/3

Studia w zakresie (specjalność)

–

Profil studiów

ogólnoakademicki

Poziom studiów

drugiego stopnia

Język oferowanego przedmiotu

polski

Forma studiów

stacjonarne

Wymagalność

obligatoryjny

Liczba godzin

Wykład

0

Laboratorium

0

Inne

0

Ćwiczenia

45

Projekty/seminaria

0

Liczba punktów ECTS

3,00

Koordynatorzy

Wykładowcy

Wymagania wstępne

dysponuje podstawową wiedzą z dyscyplin uzupełniających dla architektury wnętrz jak: architektura krajobrazu, grafiki, wystawiennictwa, psychofizjologii widzenia, fotografii, ergonomii etc., ma świadomość możliwości praktycznego wykorzystania wiedzy teoretycznej w działaniach artystycznych i projektowych oraz potrafi wykorzystać wiedzę teoretyczną oraz praktyczną uzyskaną w toku studiów dla tworzenia własnych koncepcji artystycznych, korzystając z właściwych źródeł i narzędzi

Cel przedmiotu

Celem przedmiotu jest przygotowanie do świadomego samookreślenia i utylitarnego przybliżenia języka formalnego zintegrowanej komunikacji wizualnej, kulturowego oddziaływania Public relations właściwego kontekstu dla autorskich założeń Brand Manual: operującego dynamiczną platformą typograficzną, medialną i internetową. Opracowanie indywidualnego kodu plastycznego - ikonosfery pozytywnego oddziaływania na potencjalnych odbiorców. Transformowanie komplementarnych kształtów rzeczywistości dedykowanych jej odbiorcy. Definiowanie przekazu medialnego tożsamosamego do interaktywnej partycypacji- zmysłu miejsca i możliwości generowania interpersonalnych przekazów. Zapoznanie ze sposobami odczytania i uchwycenia unikatowych cech oraz środków, za pomocą których zostało ukształtowane wnętrze, układ urbanistyczny, budynek, plac, ulica, rzeźba, instalacja, grafika czy obraz. Zapoznanie z metodami obserwacji umożliwiającymi wnikliwą analizę i odczytanie sensów zawartych w poszczególnych realizacjach i dziełach. Zdobycie wiedzy dotyczącej różnych techniki wykonywania i prezentacji, posługiwanie się technikami komputerowymi 2d i 3d w wykorzystaniu do projektowania identyfikacji graficznej oraz techniki przygotowania do druku.

Przedmiotowe efekty uczenia się

Wiedza:

Zna specjalistyczny język i terminologię z zakresu projektowania architektury wnętrz

Zna metody, materiały i technologie niezbędne do realizacji zaawansowanych projektów architektury wnętrz

Umiejętności:

Potrafi posługiwać się technikami informacyjno-komunikacyjnymi właściwymi do realizacji zadań typowych dla działalności projektowej związanych z architekturą wnętrz

Potrafi prowadzić debatę i dyskusję, 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 przygotować opracowanie naukowe w języku polskim i w języku angielskim, przedstawiające własne wyniki badawcze i decyzje projektowe z zakresu architektury wnętrz

Potrafi samodzielnie pozyskiwać informacje z literatury, baz danych oraz innych właściwie dobranych źródeł, polsko- i anglojęzycznych, potrafi integrować uzyskane informacje, dokonywać ich interpretacji i krytycznej oceny, a także wyciągać wnioski oraz formułować i wyczerpująco uzasadniać opinie.

Kompetencje społeczne:

Posiada umiejętność krytycznej oceny swojej wiedzy oraz uznaje znaczenie opinii ekspertów w rozwiązywaniu problemów praktycznych i poznawczych

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:

Oryginalność koncepcji plastycznej. Artystyczny wyraz rozwiązań formalnych. Waler artystyczno-znaczeniowy. Poprawność warsztatowa, technologiczne zaawansowanie. Estetyka realizacji projektu, pracy. Spełnienie założeń projektowych. Stopień, poziom realizacji finalnego projektu, dokumentacji pracy-portfolio. Realizacja komplementarnych prac w ilości określonej przez prowadzącego.

Pozytywne oceny z przeglądów częściowych warunkują zaliczenie warsztatu.

Systematyczność, konsekwencja projektowa w kreatywnym rozwijaniu i finalizowaniu podjętego tematu, zadania semestralnego (od wstępnej koncepcji po ostateczną realizację).

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

Treści programowe

1. Przypomnienie zagadnień dotyczących historii pisma, teorii literatury, kompozycji w typografii.
2. Opracowanie założeń autorskiego programu Public relations.
3. Znak graficzny/ideogram jako medium artystycznego przekazu, nośnik znaczeń, środek wyrazu - ekspresji w konstruowaniu wizualnego przekazu i własnej autoekspresji.

4-5. Kod graficzny publikacji: synergia typografii + koloru + fotografii = layout/układ portfolio
 6-7. Brand Manual: literniczo - znaczeniowy, typograficzny przekaz, interpretacja treści;
 8-9. Łączenie, interpretacja układu typograficznego ze znakiem, obrazem, innymi komunikatorami wizualnymi.
 9-10. Opracowanie kodu barw do powiększenia i uprzestrzennienia; (inwersja formalna inicjałów). Projekt kodu plastycznego (RGB, CMYK, PANTONE).
 11-12. Projekt autorskiego alfabetu na podstawie analizy strukturalnej: antyformy alfabetu łacińskiego lub ksenotypów.
 13-15. Opracowanie identyfikacji graficznej i spójnej strategii komunikacji wizualnej Brand Manual z projektowaną interaktywną stroną internetową.

Tematyka zajęć

brak

Metody dydaktyczne

Przeglądy grupowe, konsultacje indywidualne, dyskusja, przegląd semestralny, omówienie prac, otwarta dyskusja

Literatura

Podstawowa:

1. BASICS OF WEB DESIGN: HTML5 & CSS, 5th Edition by FELKE-MORRIS, TERRY, wydawnictwo Pearson
2. Beaird J., The Principles of Beautiful Web Design by Jason Beaird, 2010, SitePoint Pty. Ltd, wydawnictwo O'Reilly Media, Inc.
3. Chwałowski R., Typografia typowej książki, Wyd. Helion, Gliwice 1987.
4. Dabner R., S. Calvert, A. Cassey, „Szkoła projektowania graficznego”, Wyd. Arkady 2012.
5. Frutiger A., „Człowiek i jego znaki”, Wyd. Optima 2005.
6. Krug S., DON'T MAKE ME THINK, REVISITED: A COMMON SENSE APPROACH TO WEB USABILITY, Wydawnictwo Pearson Education, Inc, 2014
7. Ries L., VISUAL HAMMER: Nail your brand into the mind with the emotional power of a visual, 2015
8. Smashing Book #2, 2011 Smashing Media GmbH
9. Vector Basic Training: A Systematic Creative Process for Building Precision Vector Artwork (2nd Edition), Von Glitschka, Glitschka Studios 2016

Uzupełniająca:

1. Bonenberg W., Moda, Marka, Architektura, Wydawnictwo Wydziału Architektury Politechniki Poznańskiej, Poznań 2014
2. Golka M., Socjologia Artysty, Ars Nowa, Poznań 1995
3. Matuszewicz T., SEN TEN CJE, Wydawnictwo Wydziału Architektury Politechniki Poznańskiej, Poznań 2012
4. Wróblewska D., Polska Grafika Współczesna, Interpress, Warszawa 1988

Bilans nakładu pracy przeciętnego studenta

	Godzin	ECTS
Łączny nakład pracy	75	3,00
Zajęcia wymagające bezpośredniego kontaktu z nauczycielem	45	2,00
Praca własna studenta (studia literaturowe, przygotowanie do zajęć laboratoryjnych/ćwiczeń, przygotowanie do kolokwium/egzaminu, wykonanie projektu)	30	1,00