



KARTA OPISU PRZEDMIOTU - SYLABUS

Nazwa przedmiotu

Budowanie marki i portfolio [S1AW1>BMiP]

Przedmiot

Kierunek studiów

Architektura wnętrz

Rok/Semestr

3/6

Studia w zakresie (specjalność)

–

Profil studiów

ogólnoakademicki

Poziom studiów

pierwszego stopnia

Język oferowanego przedmiotu

polski

Forma studiów

stacjonarne

Wymagalność

obligatoryjny

Liczba godzin

Wykład

0

Laboratorium

0

Inne

0

Ćwiczenia

0

Projekty/seminaria

0

Liczba punktów ECTS

5,00

Koordynatorzy

Wykładowcy

Wymagania wstępne

Podstawowa znajomość narzędzi graficznych i zasad projektowania wizualnego.

Cel przedmiotu

Celem zajęć jest wyposażenie studentów w wiedzę i umiejętności niezbędne do skutecznego budowania własnej marki zawodowej i tworzenia profesjonalnego portfolio. Studenci poznają zasady identyfikacji wizualnej, komunikacji marki, skutecznego przedstawiania projektów oraz autoprezentacji w kontekście rynku pracy i działalności freelanderskiej.

Przedmiotowe efekty uczenia się

Wiedza:

Zna i rozumie zagadnienia związane z ochroną dóbr intelektualnych i materialnych twórców, prawa autorskiego oraz innych aspektów prawnych, finansowych i marketingowych, w tym w zakresie budowania marki własnej oraz etycznej komunikacji z otoczeniem rynkowym, związanych z wykonywaniem zawodu architekta wnętrz.

Umiejętności:

Potrafi planować i organizować pracę - indywidualną oraz w zespole, współdziałać z innymi osobami w ramach zespołów projektowych,

Umie dostosować efekty swojej pracy do potrzeb rynku i klienta oraz prezentować je w kontekście przyjętej strategii marketingowej i własnej marki osobistej.

Kompetencje społeczne:

Jest gotów do odpowiedzialnego pełnienia ról zawodowych, kierując się zasadami etyki zawodowej oraz wypełniania roli społecznej architekta wewnątrz poprzez dbanie o wysoką jakość projektów i przestrzeganie standardów technologicznych i prawnych, w tym zagadnień związanych z ochroną praw autorskich, również w komunikacji z otoczeniem rynkowym.

Metody weryfikacji efektów uczenia się i kryteria oceny

Efekty uczenia się przedstawione wyżej weryfikowane są w następujący sposób:

Ocena formująca:

- jakość i oryginalność koncepcji portfolio
- spójność i estetyka identyfikacji wizualnej
- zaangażowanie i umiejętność reagowania na uwagi prowadzącego
- systematyczność i terminowość pracy
- postęp w skali semestru
- poprawność techniczne i edytorska pliku końcowego

Ocena podsumowująca:

końcowy przegląd wszystkich prac zrealizowanych w semestrze.

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

Treści programowe

Studenci będą pracować nad projektem kompleksowego portfolio oraz projektem marki osobistej obejmującym: identyfikację wizualną - stworzenie osobistego logotypu, dobór kolorystyki i typografii, układ i kompozycję - opracowanie spójnego systemu prezentacji projektów, adaptację treści - przygotowanie różnych wersji portfolio (drukowane, cyfrowe, wideo), autoprezentację - nauka przedstawiania własnych projektów w sposób profesjonalny i przekonujący, publikację portfolio - wybór odpowiednich platform do prezentacji (strona internetowa, media społecznościowe, portale branżowe). Projekt końcowy powinien być przygotowany zarówno w wersji drukowanej, jak i cyfrowej, z uwzględnieniem aspektów technicznych związanych z publikacją online oraz w formie fizycznej.

Tematyka zajęć

Tematyka zajęć obejmuje projekt co najmniej trzech elementów z systemu identyfikacji wizualnej, w którego skład wchodzi: logo + kolorystyka i typografia, portfolio papierowe, portfolio w wersji elektronicznej, autoprezentacja, projekt oprawy rysunków technicznych, teczka i inne materiały promocyjne budujące markę osobistą. Studenci realizują zadanie polegające na opracowaniu spójnej identyfikacji wizualnej, a przygotowane materiały mają być kierowane do różnych odbiorców, takich jak klienci, pracodawcy czy organizatorzy konkursów branżowych. Zakres tematyczny obejmuje:

- wprowadzenie do budowania marki osobistej - kluczowe elementy tożsamości wizualnej i strategii komunikacji
 - struktura i kompozycja portfolio - jak skutecznie prezentować projekty i własne dokonania
 - projektowanie logotypu i identyfikacji wizualnej - podstawy dobierania kolorystyki i typografii
 - formaty portfolio - wersje drukowane, cyfrowe, interaktywne oraz prezentacje multimedialne
 - analiza dobrych przykładów - omówienie skutecznych portfolio z różnych branż kreatywnych
 - przygotowanie portfolio do druku - aspekty techniczne, formatowanie plików, dobór papieru i oprawy
 - publikacja portfolio online - wybór platform internetowych, prezentacja w mediach społecznościowych
 - autoprezentacja i networking - jak skutecznie przedstawiać swoje projekty i budować relacje zawodowe
 - symulacje spotkań z klientem lub pracodawcą - ćwiczenia praktyczne z prezentacji własnych prac.
- Finalnym efektem zajęć jest kompleksowe portfolio studenta, obejmujące zarówno wersję wydrukowaną, jak i cyfrową, dopracowaną pod względem treści, estetyki oraz aspektów technicznych.

Metody dydaktyczne

1. Wykład z prezentacją multimedialną;

2. Konsultacje projektowe;
3. Zajęcia praktyczne - nauka programów graficznych;
4. Symulacje spotkań z klientem;
5. eLearning Moodle (system wspomagania procesu dydaktycznego i nauczania na odległość).

Literatura

Podstawowa:

1. Wheeler A., Designing Brand Identity, Wiley, 2017.
2. Airey D., Logo Design Love, New Riders, 2015.
3. Lupton E., Thinking with Type, Princeton Architectural Press, 2014.
4. Norman D., Dizajn na co dzień, Karakter, Kraków 2018.
5. Bierut M., Raz mnie widzisz, raz nie widzisz, Karakter, Kraków 2018.

Uzupełniająca:

Behance.net - platforma do prezentacji portfolio

Dribbble.com - społeczność dla projektantów

Architektura&Biznes - miesięcznik branżowy

Bilans nakładu pracy przeciętnego studenta

	Godzin	ECTS
Łączny nakład pracy	125	5,00
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)	80	3,00