

KARTA PRZEDMIOTU

Nazwa przedmiotu w języku polskim: PROJEKTOWANIE GRAFICZNE							Kod przedmiotu: KNS/Z-IP/MiSM/56		
Nazwa przedmiotu w języku angielskim: GRAPHIC DESIGN									
Kierunek studiów: ZARZĄDZANIE			Profil: praktyczny				Poziom studiów: I stopień		
Specjalność/specjalizacja: Marketing i Social Media			Forma zaliczenia przedmiotu: zaliczenie na ocenę				Semestr studiów: 5		
Nazwa grupy zajęć: zajęcia specjalnościowe			Język w jakim prowadzone są zajęcia: polski						
Tryb studiów	Forma zajęć							Ogólna liczba godzin	Liczba punktów ECTS:
	W	Ćw.	Konw.	Lab.	Proj.	Sem.	Zajęcia terenowe		
Tryb stacjonarny	-	-	-	30	-	-	-	30	
Tryb niestacjonarny	-	-	-	15	-	-	-	15	
Jednostka realizująca przedmiot, wydział: Kolegium Nauk Społecznych									
Odpowiedzialny za opracowanie karty przedmiotu (tytuł/stopień naukowy, imię i nazwisko, adres e-mail): dr Rafał Katamay, rkatamay@wszop.edu.pl									
CEL PRZEDMIOTU									
C1.	Nabycie przez studentów praktycznych umiejętności projektowania prostych form graficznych wykorzystywanych w komunikacji marketingowej i mediach cyfrowych,								
C2.	Przygotowanie studentów do współpracy z zespołami marketingowymi i kreatywnymi w środowisku cyfrowym.								
WYMAGANIA WSTĘPNE									
1.	Podstawowa umiejętność obsługi komputera.								
2.	Podstawowa wiedza z zakresu marketingu i social media.								

PRZEDMIOTOWE EFEKTY UCZENIA SIĘ		METODY WERYFIKACJI EFEKTÓW UCZENIA SIĘ	ODNIESIENIE DO:	
			TREŚCI PROGRAMOWYCH	KIERUNKOWYCH EFEKTÓW UCZENIA SIĘ
EU1	Student zna podstawowe zasady projektowania graficznego, kompozycji, typografii i kolorystyki oraz rozumie ich znaczenie w komunikacji marketingowej.	prezentacja portfolio	L1-L4	ZI K_W 01 ZI K_W 02
EU2	Student potrafi zaprojektować proste materiały graficzne (np. posty, banery, plakaty, infografiki) dostosowane do celu komunikacyjnego i medium.	prezentacja portfolio	L2, L3, L5, L6-L8	ZI K_U 02 ZI K_U 04
EU3	Student potrafi świadomie dobierać środki wizualne do charakteru marki i grupy docelowej oraz oceniać skuteczność projektów graficznych.	prezentacja portfolio	L4, L5, L7, L10	ZI K_W 08 ZI K_U 06
EU4	Student potrafi pracować z narzędziami do projektowania graficznego, modyfikować projekty na podstawie informacji zwrotnej oraz przestrzegać zasad etyki i prawa autorskiego.	prezentacja portfolio	L6, L8-L10	ZI K_U 04 ZI K_K 06

TREŚCI PROGRAMOWE

L.p.	LABORATORIUM	Liczba godzin	
		S	N
L1	Wprowadzenie do projektowania graficznego Studenci zapoznają się z rolą projektowania graficznego w komunikacji marketingowej oraz jego znaczeniem w budowaniu wizerunku marki. Analizowane są przykłady poprawnych i błędnych realizacji graficznych.	3	1
L2	Podstawy kompozycji i layoutu Ćwiczenie obejmuje naukę zasad kompozycji, pracy z siatkami oraz budowania hierarchii wizualnej w projektach graficznych. Studenci wykonują proste układy graficzne do określonych celów komunikacyjnych.	3	2
L3	Typografia w projektowaniu graficznym Studenci uczą się zasad doboru krojów pisma, ich łączenia oraz wpływu typografii na czytelność i odbiór przekazu. W ramach ćwiczenia projektują proste kompozycje typograficzne.	3	2
L4	Kolorystyka i psychologia koloru Ćwiczenie koncentruje się na doborze kolorów, kontrastów i harmonii barw w kontekście psychologii percepcji. Studenci tworzą projekty uwzględniające spójność wizualną i emocjonalny przekaz marki.	3	1
L5	Identyfikacja wizualna marki Studenci poznają elementy identyfikacji wizualnej i uczą się projektować spójne materiały zgodne z charakterem marki. Ćwiczenie rozwija umiejętność świadomego doboru środków wizualnych.	3	2
L6	Projektowanie grafik do mediów społecznościowych Ćwiczenie obejmuje tworzenie grafik dostosowanych do specyfiki platform społecznościowych oraz formatów publikacji. Studenci uczą się pracy z ograniczeniami technicznymi i komunikacyjnymi.	3	2
L7	Projektowanie materiałów promocyjnych Studenci projektują plakaty, banery lub infografiki na potrzeby kampanii marketingowej. Ćwiczenie kładzie nacisk na funkcjonalność, estetykę i jasność przekazu.	3	1
L8	Grafika rastrowa i wektorowa Ćwiczenie dotyczy praktycznego wykorzystania grafiki rastrowej i wektorowej oraz różnic między nimi. Studenci uczą się świadomego doboru techniki do celu projektu.	3	1

L9	Prawo autorskie i etyka w projektowaniu graficznym Studenci zapoznają się z zasadami ochrony własności intelektualnej oraz etycznymi aspektami pracy grafika. Analizowane są przypadki naruszeń prawa autorskiego w praktyce marketingowej.	3	1
L10	Prezentacja i omówienie projektów graficznych Studenci prezentują wykonane projekty graficzne, uzasadniają przyjęte rozwiązania i omawiają je w grupie. Ćwiczenie rozwija umiejętność argumentacji i przyjmowania informacji zwrotnej..	3	2
RAZEM		30	15

FORMA I KRYTERIA ZALICZENIA LABORATORIUM: prezentacja portfolio – ocena jakościowa.

METODY I FORMY DYDAKTYCZNE

1.	Praca grupowa
2.	Laboratorium komputerowe
3.	Pokaz
4.	Prezentacje studenckie

NARZĘDZIA DYDAKTYCZNE

1.	Platforma e-learningowa
2.	Biblioteki cyfrowe i zasoby online.

OPROGRAMOWANIE

1.	Adobe
2.	Canva
3.	Platformy social media

OBCIĄŻENIE STUDENTA PRACĄ

Forma aktywności		Liczba godzin na zrealizowanie aktywności	
		tryb stacjonarny	tryb niestacjonarny
1.	godziny kontaktowe z nauczycielem akademickim	30	15
2.	samodzielne przygotowanie się do zajęć	27	33
3.	przygotowanie do zaliczenia/egzaminu	18	25
4.	konsultacje	2	2
5.	zapoznanie się z literaturą	23	25
6.	zaliczenie/egzamin	-	-
SUMA GODZIN		100	100
LICZBA PUNKTÓW ECTS		4	4

LITERATURA PODSTAWOWA

1.	Kotarbiński, Jacek. Red.: MARKA 5.0. Wydawnictwo Naukowe PWN, 2021 (Ibuk Libra)
2.	SEObok. Red. Marzec, Krzysztof. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN, 2024 (Ibuk Libra)

LITERATURA UZUPEŁNIAJĄCA I ŹRÓDŁA PRAWA

1.	Wzory użytkowe i ich ochrona 2025, wyd. 1 dr Ewelina Jarosz-Zgoda (Legalis)
2.	Ankiel, Magdalena; Wojciechowska, Patrycja; Wiszumirska, Karolina. Innowacje opakowaniowe na rynku produktów konsumpcyjnych. Red. Poznań: Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu, 2021 (Ibuk Libra)
3.	Ustawa o prawie autorskim i prawach pokrewnych. Komentarz 2025, wyd. 1 red. dr hab. Jakub Kępiński (Legalis)

INNE PRZYDATNE INFORMACJE O PRZEDMIOCIE

1.	PLATFORMA MOODLE zawiera: ▪ materiały dydaktyczne do przedmiotu ▪ przedmiotowe efekty uczenia się ▪ zalecaną literaturę ▪ warunki i kryteria zaliczenia przedmiotu
2.	BIBLIOTEKA WSZOP zapewnia literaturę podstawową do przedmiotu oraz wybrane pozycje literatury uzupełniającej, w tym dostęp do zbiorów cyfrowych i Platformy IBUK Libra

3.	ELEKTRONICZNY NIEZBĘDNIK STUDENTA zawiera: ▪ kierunkowe efekty uczenia się ▪ karty przedmiotów ▪ terminy konsultacji nauczycieli akademickich
4.	WIRTUALNY DZIEKANAT zawiera: ▪ harmonogram zajęć na bieżący semestr ▪ harmonogram sesji egzaminacyjnej ▪ ogłoszenia dotyczące organizacji roku akademickiego
5.	Ocena osiągnięcia zakładanych efektów uczenia się z wykorzystaniem metod weryfikacji wymagających oceny jakościowej oznacza, że zakładane efekty zostały osiągnięte: ▪ w pełni – ocena bardzo dobry ▪ z niewielkimi niedociągnięciami – ocena dobry plus ▪ z brakami, które można uzupełnić – ocena dobry ▪ z istotnymi brakami, które można uzupełnić – ocena dostateczny plus ▪ z istotnymi brakami na minimalnym poziomie – ocena dostateczny lub ▪ nie zostały osiągnięte – ocena niedostateczny.
6.	Ocena osiągnięcia zakładanych efektów uczenia się z wykorzystaniem metod weryfikacji wymagających oceny ilościowej oznacza, że zakładane efekty zostały osiągnięte: ▪ 91-100% sumy – ocena bardzo dobry ▪ 81-90% – ocena dobry plus ▪ 71-80% – ocena dobry ▪ 61-70% – ocena dostateczny plus ▪ 51-60% – ocena dostateczny lub ▪ 50% i mniej – ocena niedostateczny.
7.	Terminy egzaminów uzgadnia starosta roku z prowadzącym zajęcia
8.	Karta przedmiotu obowiązuje od roku akademickiego 2025/26