Nazwa przedmiotu							
Grafika komputerowa w reklamie Computer graphics in advertising							
Dyscyplina							Oznaczenie przedmiotu
Informatyka							5O_IS1
Rodzaj przedmiotu	Stopień studiów	Tryb studiów		Język zajęć		Rok	Semestr
do wyboru	1	stacjonarne		polski			
Rodzaj zajęć		Wyk.	Ćw.	Lab.	Sem.	Proj.	Liczba punktów ECTS
Liczba godzin w semestrze		15	0	15	0	0	3
Koordynator	Dr hab. inż. Sławomir Iskierka, prof. PCz. iskierka@el.pcz.czest.pl						
Prowadzący	Dr hab. inż. Sławomir Iskierka, prof. PCz. iskierka@el.pcz.czest.pl Dr inż. Iwona Iskierka, iwona.iskierka@el.pcz.czest.pl Jeszcze trzecia osoba						

I. KARTA PRZEDMIOTU

Cel przedmiotu

C1. Przekazanie studentom wiedzy z zakresu pojęcia reklamy, podstaw komunikacji człowiek – komputer.
C2. Zapoznanie studentów z pojęciami dotyczącymi wykorzystania kolorystyki w reklamie, metod realizacji dialogu człowiek-komputer w reklamie.
C3. Nabycie przez studentów praktycznych umiejętności w zakresie zastosowania środowiska graficznego i programistycznego oraz zintegrowanych pakietów komputerowych do tworzenia projektu pakietu materiałów reklamowych.

Wymagania wstępne w zakresie wiedzy, umiejętności i innych kompetencji

1. Wiedza z grafiki komputerowej.
2. Umiejętność pracy samodzielnej i w grupie.
3. Umiejętność obsługi komputera oraz korzystania ze źródeł literaturowych i zasobów internetowych.

Efekty kształcenia

EK1. Student posiada podstawową wiedzę z zakresu pojęcia reklamy, podstaw komunikacji człowiek – komputer.
EK2. Student zna i potrafi zastosować odpowiednie środowisko graficzne i programistyczne oraz zintegrowane pakiety komputerowe do tworzenia projektu pakietu materiałów reklamowych.

Treści programowe: wykłady	Liczba godzin
W1-2 – Pojęcie reklamy. Przedstawienie podstaw komunikacji człowiek – komputer. Klasyfikowanie form i typów reklamy. Grafika i tekst w reklamie.	2
W3-4 – Rozszerzenie wiedzy o podstawowych technikach w grafice komputerowej. Oprogramowanie do tworzenia graficznych elementów reklamowych.	2
W5-6 – Wykorzystanie kolorystyki w reklamie.	2
W7-8 – Wymagania dostępności w serwisach WWW i w usługach on-line.	2
W9-10 – Projektowanie interfejsu użytkownika w aplikacjach Web. Reklama internetowa.	2
W11-12 – Etyczne zagadnienia reklamy w odniesieniu do mediów komputerowych i Internetu.	2
W13 – Podstawowe prawne uwarunkowania funkcjonowania reklamy w Polsce.	1
W14-15 – Rozszerzenie wiedzy na temat języka i obrazu w reklamie – wykorzystanie możliwości zintegrowanych pakietów komputerowych.	2
SUMA	**15**

Treści programowe: laboratorium	Liczba godzin
L1-2 – Projekt kompleksowego pakietu materiałów reklamowych, grafika wektorowa.	2
L3-4 – Projekt kompleksowego pakietu materiałów reklamowych, grafika rastrowa.	2
L5-6 – Projekt kompleksowego pakietu materiałów reklamowych, animacje komputerowe 2D.	2
L7-8 – Projekt kompleksowego pakietu materiałów reklamowych, animacje komputerowe 3D.	2
L9-10 – Projekt kompleksowego pakietu materiałów reklamowych, reklama internetowa.	2
L11-12 – Projekt kompleksowego pakietu materiałów reklamowych, realizacja dialogu człowiek-komputer w reklamie, reklama internetowa.	2
L13 – Projekt kompleksowego pakietu materiałów reklamowych, podstawowe prawne uwarunkowania funkcjonowania reklamy w Polsce	1
L14-15– Kolokwium zaliczeniowe	2
SUMA	**15**

Narzędzia dydaktyczne

1. Wykład z prezentacją multimedialną
2. Laboratorium – specjalistyczne oprogramowanie, praca samodzielna przy stanowiskach komputerowych

Sposoby oceny efektów kształcenia (F – ocena Formująca, P – ocena Podsumowująca)

F1. Ocena przygotowania do ćwiczeń w środowiskach graficznych – odpowiedź ustna
F2. Ocena ćwiczeń wykonanych w formie elektronicznej
P1. Kolokwium zaliczeniowe

Obciążenie pracą studenta

Forma aktywności	Średnia liczba godzin na zrealizowanie aktywności
Godziny kontaktowe z prowadzącym	30
Zapoznanie się ze wskazaną literaturą	10
Przygotowanie do zajęć	15
Przygotowanie do testu / kolokwium / egzaminu	10
Przygotowanie sprawozdań/prezentacji	10
Sumaryczna liczba godzin/punktów ECTS dla przedmiotu	**75 / 3 ECTS**

Wykaz literatury podstawowej i uzupełniającej

1. Erica Sadun, Steve Sande.: Idealna reklama. Sztuka promowania aplikacji w internecie. Helion Gliwice 2014
2. Scott Kelby.: Fotografia cyfrowa. Edycja zdjęć. Helion Gliwice 2017
3. Gałązka T.: Kompozycja obrazu fotograficznego. Helion Gliwice 2013
4. Tim Grey.: Mistrzowskie ujęcia. Tim Grey o perfekcyjnej obróbce zdjęć, Helion Gliwice 2010

Macierz realizacji efektów kształcenia

Efekt kształcenia	Odniesienie efektu do efektów kształcenia dla dyscypliny naukowej Informatyka*	Cele przedmiotu	Forma zajęć	Narzędzia dydaktyczne	Sposób oceny
EK1	KINF1_W08, KINF1_U14	C1, C2	W, Lab	1, 2	F1, F2
EK2	KINF1_U14	C3	Lab	2	P1

* – wg załącznika

II. FORMY OCENY – SZCZEGÓŁY

Ocena	Efekty
EK1	**Student posiada podstawową wiedzę z zakresu pojęcia reklamy, podstaw komunikacji człowiek – komputer.**
2	Student nie posiada podstawowej wiedzy z zakresu pojęcia reklamy, podstaw komunikacji człowiek – komputer.
3	Student posiada podstawową wiedzę z zakresu pojęcia reklamy, podaje proste przykłady komunikacji człowiek – komputer.
3.5	Student posiada podstawową wiedzę z zakresu pojęcia reklamy, podaje i omawia przykłady komunikacji człowiek – komputer.
4	Student posiada podstawową wiedzę z zakresu pojęcia reklamy, podstaw komunikacji człowiek – komputer.
4.5	Student posiada podstawową wiedzę z zakresu pojęcia reklamy, podstaw komunikacji człowiek – komputer, podaje przykłady.
5	Student posiada podstawową wiedzę z zakresu pojęcia reklamy, podstaw komunikacji człowiek – komputer, podaje przykłady, proponuje własne rozwiązania.
EK2	**Student zna i potrafi zastosować odpowiednie środowisko graficzne i programistyczne oraz zintegrowane pakiety komputerowe do tworzenia projektu pakietu materiałów reklamowych.**
2	Student nie zna i nie potrafi zastosować odpowiedniego środowiska graficznego do tworzenia projektu kompleksowego pakietu materiałów reklamowych
3	Student zna i potrafi zastosować odpowiednie środowisko graficzne i programistyczne oraz zintegrowane pakiety komputerowe do tworzenia prostych statycznych elementów projektu pakietu materiałów reklamowych.
3.5	Student zna i potrafi zastosować odpowiednie środowisko graficzne i programistyczne oraz zintegrowane pakiety komputerowe do tworzenia prostych dynamicznych elementów projektu pakietu materiałów reklamowych.
4	Student zna i potrafi zastosować odpowiednie środowisko graficzne i programistyczne oraz zintegrowane pakiety komputerowe do tworzenia projektu pakietu materiałów reklamowych.
4.5	Student zna i potrafi zastosować odpowiednie środowisko graficzne i programistyczne oraz zintegrowane pakiety komputerowe do tworzenia projektu pakietu materiałów reklamowych, podaje przykłady.
5	Student zna i potrafi zastosować odpowiednie środowisko graficzne i programistyczne oraz zintegrowane pakiety komputerowe do tworzenia projektu pakietu materiałów reklamowych, podaje przykłady i proponuje własne rozwiązania.

III. INNE PRZYDATNE INFORMACJE O PRZEDMIOCIE

1. Wszelkie informacje dla studentów na temat planu zajęć dostępne są na tablicy ogłoszeń oraz na stronie el.pcz.pl.
2. Informacje na temat warunków zaliczania zajęć przekazywana jest studentom podczas pierwszych zajęć.