

Karta przedmiotu

Nazwa i kod przedmiotu	Techniki typograficzne w reklamie (Ćw. audytoryjne), PG_00206691						
Kierunek studiów	Dziennikarstwo i komunikacja społeczna (P)						
Data rozpoczęcia studiów	październik 2027 r.	Rok akademicki realizacji przedmiotu			2027/2028		
Poziom kształcenia	II stopnia	Grupa zajęć			Grupa zajęć obowiązkowych z zakresu kierunku studiów Grupa zajęć fakultatywnych Grupa zajęć powiązanych z praktycznym przygotowaniem zawodowym - profil praktyczny		
Forma studiów	stacjonarne	Sposób realizacji			na uczelni		
Rok studiów	1	Język wykładowy			polski		
Semestr studiów	2	Liczba punktów ECTS			1.0		
Profil kształcenia	praktyczny	Forma zaliczenia			zaliczenie		
Jednostka prowadząca	Rektor -> Wydział Nauk Społecznych -> Instytut Mediów, Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej -> Zakład Antropologii Obrazu						
Imię i nazwisko wykładowcy (wykładowców)	Odpowiedzialny za przedmiot	dr Aleksandra Żukowska					
	Prowadzący zajęcia z przedmiotu						
Formy zajęć	Forma zajęć	Wykład	Ćwiczenia	Laboratorium	Projekt	Seminarium	RAZEM
	Liczba godzin zajęć	0.0	15.0	0.0	0.0	0.0	15
	W tym liczba godzin zajęć na odległość: 0.0						
Aktywność studenta i liczba godzin pracy	Aktywność studenta	Udział w zajęciach dydaktycznych, objętych planem studiów		Udział w konsultacjach		Praca własna studenta	RAZEM
	Liczba godzin pracy studenta	15		3.0		7.0	25
Cel przedmiotu	Poznanie podstaw kultury typograficznej oraz historii pisma.						
	Zdobycie wiedzy z zakresu zasad poprawnego używania elementów typograficznych w reklamie i komunikacji wizualnej.						
	Umiejętność analizy wizualnych komunikatów reklamowych z uwzględnieniem zastosowanej typografii.						
	Znajomość zasad używania chwytów typograficznych w reklamie i komunikacji wizualnej.						
	Umiejętność stosowania podstawowych zasad projektowania typograficznego oraz tworzenia samodzielnych projektów w tym obszarze.						

Efekty uczenia się przedmiotu	Efekt kierunkowy	Efekt z przedmiotu	Sposób weryfikacji i oceny efektu
	[DZiKSMU2_K01] Jest gotowa na podstawie własnej wiedzy krytycznie ocenić odbierane treści.	Student potrafi samodzielnie krytycznie analizować przekazy reklamowe wykorzystujące typografię lub zawierające jej elementy w celach perswazyjnych, potrafi oceniać funkcjonalność zastosowania tych elementów w przekazach	[SK1] wypowiedź ustna/rozmowa/ dyskusja
	[DZiKSMU2_W07] Ma wiedzę na temat zasad i metod tworzenia przekazów właściwych dla kierunku studiów. Ma świadomość funkcji i efektywności komunikatów oraz zasad etyki zawodowej w ramach prowadzonej działalności.	Student ma wiedzę na temat sposobów tworzenia, analizy i interpretacji elementów typograficznych w przekazach reklamowych w kontekście zasad projektowania komunikacji wizualnej.	[SW2] prezentacja/projekt/referat/ raport
	[DZiKSMU2_W02] Zna w stopniu pogłębionym terminologię właściwą dla dyscypliny nauki o komunikacji społecznej i mediach oraz dostosowuje do niej aparat pojęciowy z dyscyplin pokrewnych. Ma świadomość zastosowania tej wiedzy w działalności zawodowej związanej z kierunkiem studiów.	Student ma znajomość terminologii typograficznej oraz potrafi samodzielnie zaprojektować wybrane komunikaty wizualne oparte o typografię z zachowaniem zasad projektowania typograficznego.	[SW4] test/egzamin - ustny lub pisemny [SW1] wypowiedź ustna/rozmowa/ dyskusja
	[DZiKSMU2_U06] Potrafi sprawnie komunikować się przy użyciu różnych kanałów, gatunków i metod zarówno z ekspertami, jak i innymi odbiorcami, korzystając z zaawansowanych rozwiązań technologicznych.	Student potrafi wykorzystać wiedzę i kompetencje zdobyte podczas zajęć do krytycznej oceny przekazów reklamowych opartych o typografię oraz współpracować w zakresie analizy, jak również kreowania takich przekazów i dostosowywania ich adekwatnie do kontekstu kulturowego i społecznego.	[SU5] realizacja zadania problemowego
Treści przedmiotu	Podstawy terminologii typograficznej (m.in. typografia, kroje pisma, architektura litery, glify, liternictwo). Rola typografii w komunikacji wizualnej; typografia widoczna i niewidoczna. Podstawy pracy projektowej z typografią z użyciem oprogramowania graficznego (podstawowe zasady składu, style akapitowe i znakowe, interlinie, światła, glify). Perswazyjne aspekty typografii i chwyt typograficzne w reklamie. Typografia narratywna.		
Wymagania wstępne i dodatkowe			
Sposoby i kryteria oceniania osiągniętych efektów uczenia się	Sposób oceniania (składowe)	Próg zaliczeniowy	Składowa oceny końcowej
	Zaliczenie na ocenę	51.0%	100.0%

Zalecana lista lektur	Podstawowa lista lektur	Bergström B., <i>Komunikacja wizualna</i>, Wyd. Naukowe PWN, Warszawa 2010. Bierkowski T., <i>O typografii</i>, Wyd. Czysty Warsztat, Gdańsk 2008. Bierkowski T., Ropucho E., <i>Typografia dla humanistów</i>, Wydawnictwo Stowarzyszenia Bibliotekarzy Polskich, Warszawa, 2018. Bringhurst R., <i>Elementarz stylu w typografii</i>, Wydawnictwo d2d, Kraków, 2013. Elam K., <i>Siatki, czyli zasady kompozycji typograficznej</i>, Wyd. d2d, Kraków 2019. Florczak J., <i>Zasady funkcjonowania chwytów typograficznych w tekstach o charakterze perswazyjnym</i>. Biuletyn Polskiego Towarzystwa Językoznawczego, Wydawnictwo Universitas, Kraków 2004. Frutiger A., <i>Człowiek i jego znaki</i>, Wyd. d2d, Wyd. Optima, Warszawa 2007. Hochuli J., <i>Detal w typografii</i>, Wyd. d2d, Kraków 2017. Hoeks H., Lentjes E., <i>Triumf typografii. Kultura, komunikacja, nowe media</i>, Wyd. d2d, Kraków 2017. Hojka B., <i>Perswazyjne aspekty typografii (na przykładzie reklamy prasowej)</i>, Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego, Wrocław 2010. Pawlikowska A., <i>Vademecum typografa</i>, Wyd. ASP Gdańsk, Gdańsk 2023. Willberg H.P., Forssman F., <i>Pierwsza pomoc w typografii</i>, Wyd. słowo/obraz terytoria, Gdańsk 2015.
	Uzupełniająca lista lektur	Arnheim R., <i>Sztuka i percepcja wzrokowa, słowo/obraz/terytoria</i>, Gdańsk 2004. Dębowski P., Mrowczyk J., <i>Widzieć/Wiedzieć</i>, Wydawnictwo Karakter, Kraków 2011. Fijas G., <i>Niebezpieczne litery. Krótki przewodnik po typografii dwudziestego wieku</i>, Kraków 2020. Hornung D., <i>Kolor kurs dla artystów i projektantów</i>, Universitas, Kraków 2009. Lenk K., <i>Krótkie teksty o sztuce projektowania, słowo/obraz/terytoria</i>, Gdańsk 2011. Lenk K., <i>Projekty i bazgroły, słowo/obraz/terytoria</i>, Gdańsk 2010. Mrowczyk J., <i>Niewielki słownik typograficzny</i>, Wydawnictwo Czysty Warsztat, 2008. Ogilvy D., <i>O Reklamie</i>, wyd. Studio Emka, Warszawa 2008. Twemilow A., <i>Czemu służy grafika użytkowa</i>, ABE, Warszawa 2006.
	Adresy eZasobów	

Przykładowe zagadnienia/ przykładowe pytania/ realizowane zadania	
Praktyki zawodowe w ramach przedmiotu	Nie dotyczy

Dokument wygenerowany elektronicznie. Nie wymaga pieczęci ani podpisu.