

Karta przedmiotu

Nazwa i kod przedmiotu	Grafika komputerowa w działaniach promocyjnych, PG_00152908						
Kierunek studiów	Ekonomia (O), Międzynarodowe stosunki gospodarcze (O)						
Data rozpoczęcia studiów	październik 2023 r.	Rok akademicki realizacji przedmiotu			2025/2026		
Poziom kształcenia	I stopnia - licencjackie	Grupa zajęć			Grupa zajęć obowiązkowych z zakresu kierunku studiów Grupa zajęć fakultatywnych		
Forma studiów	stacjonarne	Sposób realizacji			na uczelni		
Rok studiów	3	Język wykładowy			polski		
Semestr studiów	5	Liczba punktów ECTS			2.0		
Profil kształcenia	ogólnoakademicki	Forma zaliczenia			zaliczenie		
Jednostka prowadząca							
Imię i nazwisko wykładowcy (wykładowców)	Odpowiedzialny za przedmiot	dr hab. Barbara Pawłowska					
	Prowadzący zajęcia z przedmiotu	dr hab. Barbara Pawłowska					
Formy zajęć	Forma zajęć	Wykład	Ćwiczenia	Laboratorium	Projekt	Seminarium	RAZEM
	Liczba godzin zajęć	0.0	30.0	0.0	0.0	0.0	30
	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	30		0.0		0.0	30
Cel przedmiotu	Celem przedmiotu jest zapoznanie studenta możliwościami wykorzystania grafiki komputerowej w działaniach promocyjnych przedsiębiorstwa/podmiotu np. uczelni. Student poznaje narzędzie do tworzenia grafiki komputerowej i uczy się jego wykorzystania realizując swoje koncepcje promocji wizji wybranego wydarzenia/zagadnienia.						

Efekty uczenia się przedmiotu	Effekt kierunkowy	Effekt z przedmiotu	Sposób weryfikacji i oceny efektu
	[EKONL3_W09] ma zaawansowaną wiedzę o ewolucji teorii opisujących podmioty i organizacje gospodarcze oraz instytucje publiczne, zna występujące w nich więzi funkcjonalne	Student zna teorie dotyczące organizacji gospodarczych i instytucji publicznych oraz rozumie ich więzi funkcjonalne. Potrafi tworzyć materiały graficzne dostosowane do specyfiki komunikacji tych podmiotów.	[SW1] wypowiedź ustna/rozmowa/dyskusja
	[MSGSL3_U09] potrafi komunikować się w międzynarodowym i zróżnicowanym kulturowo otoczeniu, z użyciem pojęć z zakresu międzynarodowych stosunków gospodarczych (w powiązaniu z wybraną specjalnością na kierunku międzynarodowe stosunki gospodarcze)	Student sprawnie komunikuje się w międzynarodowym środowisku branży kreatywnej, używając terminologii międzynarodowych stosunków gospodarczych przy realizacji projektów graficznych.	[SU5] realizacja zadania problemowego
	[MSGSL3_U15] potrafi odpowiednio określać priorytety i planować oraz organizować zadania związane z ich realizacją, a także monitorować i oceniać postępy	Student potrafi właściwie ustalać priorytety, planować i organizować zadania związane z projektowaniem, produkcją i wdrożeniem materiałów graficznych w działaniach promocyjnych, a także monitorować oraz oceniać postępy prac.	[SU5] realizacja zadania problemowego
	[MSGSL3_W11] ma zaawansowaną wiedzę na temat reguł oraz norm (prawnych, organizacyjnych, etycznych) organizujących struktury i instytucje ekonomiczne (w szczególności te na rynku międzynarodowym)	Student posiada pogłębioną wiedzę dotyczącą reguł i norm (prawnych, organizacyjnych, etycznych) kształtujących struktury oraz instytucje ekonomiczne, ze szczególnym uwzględnieniem rynku międzynarodowego.	[SW2] prezentacja/projekt/referat/raport
	[MSGSL3_K04] jest gotów myśleć i działać w sposób przedsiębiorczy; dostosowuje się do nowych sytuacji i warunków, podejmuje wyzwania kreatywnego myślenia, jest odporny na porażki, umie identyfikować zagrożenia oraz ocenić ryzyko ich wystąpienia	Student jest gotów myśleć i działać w sposób przedsiębiorczy w obszarze grafiki komputerowej wykorzystywanej w działaniach promocyjnych; potrafi adaptować się do dynamicznych realiów rynku reklamowego, podejmować kreatywne wyzwania projektowe, a także identyfikować zagrożenia i oceniać ryzyko w procesie tworzenia oraz wdrażania materiałów promocyjnych.	[SK5] realizacja zadania problemowego [SK6] demonstracja umiejętności praktycznych
	[EKONL3_W05] ma zaawansowaną wiedzę o człowieku jako podmiocie tworzącym struktury społeczne i zasady ich funkcjonowania oraz o jego działaniu w tych strukturach, zna dobrze motywy podejmowania decyzji gospodarczych przez człowieka	Student posiada zaawansowaną wiedzę na temat wykorzystania grafiki komputerowej w działaniach promocyjnych, rozumie zasady projektowania materiałów graficznych i ich wpływ na decyzje konsumentów.	[SW2] prezentacja/projekt/referat/raport
	[EKONL3_K02] ma świadomość poziomu swojej wiedzy w obszarze ekonomii, rozumie potrzebę pogłębiania oraz aktualizowania tej wiedzy przez całe życie	Student rozumie konieczność pogłębiania swojej wiedzy w zakresie tworzenia grafiki komputerowej.	[SK2] prezentacja/projekt/referat/raport
	[MSGSL3_W09] ma wiedzę o człowieku jako jednostce podejmującej decyzje ekonomiczne, działającej w strukturach społecznych i jednostkach organizacyjnych, w szczególności przedsiębiorstwach lub prowadzącej indywidualną działalność gospodarczą	Student potrafi tworzyć materiały graficzne dostosowane do specyfiki komunikacji tych podmiotów.	[SW2] prezentacja/projekt/referat/raport
	[EKONL3_U08] posiada umiejętność obserwacji, rozumienia i analizowania zjawisk oraz procesów gospodarczych i społecznych za pomocą adekwatnych metod naukowych	Student posiada umiejętność obserwacji, rozumienia i analizowania zjawisk gospodarczych i społecznych oraz potrafi stosować grafikę komputerową do ich wizualizacji i komunikacji w działaniach promocyjnych.	[SU5] realizacja zadania problemowego [SU8] obserwacja samodzielnej lub zespołowej pracy studenta

	Efekt kierunkowy	Efekt z przedmiotu	Sposób weryfikacji i oceny efektu
	[EKONL3_U12] potrafi samodzielnie planować i realizować własne uczenie się przez całe życie	Student potrafi planować oraz organizować zadania związane z ich realizacją projektów graficznych.	[SU2] prezentacja/projekt/referat/raport
	[EKONL3_K05] prawidłowo identyfikuje, diagnozuje i rozstrzyga dylematy oraz różne warianty rozwiązań, związane z wykonywaniem zawodu	Student prawidłowo identyfikuje, diagnozuje i rozstrzyga dylematy oraz różne warianty rozwiązań związane z projektowaniem graficznym i działaniami promocyjnymi.	[SK2] prezentacja/projekt/referat/raport [SK6] demonstracja umiejętności praktycznych
	[EKONL3_U14] potrafi odpowiednio określać priorytety i planować oraz organizować zadania związane z ich realizacją, a także monitorować i oceniać postępy	Student potrafi samodzielnie określać priorytetu w realizacji projektu graficznego.	[SU2] prezentacja/projekt/referat/raport
	[EKONL3_W10] zna i rozumie podstawowe pojęcia i zasady z zakresu ochrony własności przemysłowej, intelektualnej i prawa autorskiego	Student zna i rozumie podstawowe pojęcia i zasady z zakresu ochrony własności grafiki i materiałów wizualnych.	[SW1] wypowiedź ustna/rozmowa/dyskusja
Treści przedmiotu	Zajęcia 1: Wykorzystanie programów graficznych z pakietu Corel do wizualizacji produktu/firmy - podstawy pracy z programem graficznym. (2 godzin) 1. Podstawowe różnice między grafiką wektorową a grafiką rastrową; 2. Najpopularniejsze formaty graficzne; 3. Wprowadzenie podstaw CorelDRAW; 4. Arkusz roboczy Corela, ustawienia Zajęcia 2 i 3: Podstawy pracy z programem graficznym na przykładzie Corel Draw - zadania (4 godziny) 1. Precyzyjne transformacje obiektów, zmiana rozmiaru, położenia, transformacje, praca z obiektami; 2. Wyrównywanie i rozkład obiektów, modyfikowanie kształtu, grupowanie i łączenie, kształtowanie obiektów; 3. Edycja krzywej Beziera i tworzenie złożonych kształtów narzędziem kształtu, praca na węzłach, rozłączanie i łączenie obiektów; 4. Tworzenie przykładowych obiektów. 5. Narzędzia wspomagające prace w Corel Draw: menedżer warstw i obiektów, menedżer widoków, teczki podręczne. Zajęcia 4 i 5: Zaawansowane przekształcenia grafiki wektorowej i rastrowej (2 godziny): 1. Praca na warstwach; 2. Import formatów nieobsługiwanych przez program do grafiki wektorowej; 3. Połączenie grafiki wektorowej i bitmapowej; 4. Interaktywne efekty; 5. Efekty bitmapowe; 6. Ograniczenia Corel Draw i modyfikacja rozdzielczości i rozmiaru. Zajęcia 5,7, i 8: Podstawowe pojęcia, dotyczące wykorzystania formy, koloru, efektów dodatkowych przy wizualizacji znaku firmy (6 godzin): 1. Tworzenie znaku graficznego przy wykorzystanie obiektów clipartu; 2. Praca z tekstem, 3. Zamiana tekstu na krzywe; 4. Dopasowywanie tekstu do ścieżki. Zajęcia 9 i 10: Praca z clipartami (4 godziny). zajęcia 11, 12 i 13: Przygotowanie plakatu (6 godzin): 1. Opracowanie graficzne tła plakatu. 2. Rozmieszczenie tekstu; Zajęcia 14 i 15: Projekt (4 godzin).		
Wymagania wstępne i dodatkowe	Elementy wiedzy z zakresu marketingu, form promocji.		
Sposoby i kryteria oceniania osiągniętych efektów uczenia się	Sposób oceniania (składowe) zaliczenie na ocenę; na ocenę składają się: aktywność na zajęciach i przygotowanie zadań częściowych: 10 pkt., projekt - 20 pkt. Razem student może uzyskać 30 pkt.	Próg zaliczeniowy 51.0%	Składowa oceny końcowej 100.0%
Zalecana lista lektur	Podstawowa lista lektur	J. Altkorn, Wizualizacja firmy, Instytut Marketingu, Kraków 1999. S. Godin, To jest marketing!, MT Biznes Ltd., 2019, ISBN: 9788380877597 (e-book); D. F. DAlessandro, Kreowanie marki. Jak wypracować perfekcyjny wizerunek firmy i produktu, Wyd. RM, 2001, ISBN: 9788372431950;	
	Uzupełniająca lista lektur	G. Miłkowski, Niech Cię widzą w sieci! Blog lub serwis branżowy od podstaw, Wyd. Onepress, 2020, ISBN 9788328366275 Strony internetowe z zadaniami pracy w CorelDraw	
	Adresy eZasobów		

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

Dokument wygenerowany elektronicznie. Nie wymaga pieczęci ani podpisu.