Załącznik nr 4 do Zarządzenia Nr RD/Z.0201-……..…………..

# KARTA KURSU

|  |  |
| --- | --- |
| Nazwa | Projektowanie produktu |
| Nazwa w j. ang. | Product design |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Koordynator | dr Tomasz Sadowski | Zespół dydaktyczny |
| dr Magdalena Koziak-Podsiadło  mgr Lidia Krawczyk |
| Punktacja ECTS\* | 1 |

## Opis kursu (cele kształcenia)

|  |
| --- |
| Celem kursu jest zaprojektowanie produktu, poprzedzonego planowaniem, badaniem potrzeb oraz przygotowaniem do wdrożenia. |

## Warunki wstępne

|  |  |
| --- | --- |
| Wiedza | Student posiada podstawową wiedzę dotyczącą społecznej i marketingowej roli grafiki użytkowej. |
| Umiejętności | Obsługa programów graficznych, systemów wyszukiwania, arkuszy kalkulacyjnych. |
| Kursy |  |

## Efekty uczenia się

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Wiedza | Efekt kształcenia dla kursu | Odniesienie do efektów kierunkowych |
| W01. Potrafi pracować w sposób innowacyjny i kreatywny oraz elastycznie dopasowuje się do panujących warunków. Umie pracować w zespole projektowym oraz organizować jego działalność; jest skutecznym liderem. | K2\_K01 |
|  | K2\_U01 |
| W03. |  |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Umiejętności | Efekt kształcenia dla kursu | Odniesienie do efektów kierunkowych |
| U01. Posiada wysokie kompetencje profesjonalnego wyszukiwania, oceny i selekcji informacji w zweryfikowanych źródłach. W sposób zaawansowany potrafi tworzyć i redagować przekazy informacyjne, zarówno w postaci tekstowej, jak i graficznej. | K2\_U01 |
| U02. Samodzielnie zdobywa nową wiedzę i rozwija umiejętności informacyjne, medialne, edytorskie, graficzne i projektowe, mając na uwadze profesjonalną karierę zawodową. | K2\_U05 |
| U03. |  |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Kompetencje społeczne | Efekt kształcenia dla kursu | Odniesienie do efektów kierunkowych |
| K01. Potrafi pracować w sposób innowacyjny i kreatywny oraz elastycznie dopasowuje się do panujących warunków. Umie pracować w zespole projektowym oraz organizować jego działalność; jest skutecznym liderem. | K2\_K01 |
| K02. Ma świadomość znaczenia procesów zarządzania informacją oraz jej wizualizacji w rozwoju komunikacji społecznej i medialnej. Rozumie rolę mediów oraz ma świadomość znaczenia szeroko rozumianego zarządzania informacją w życiu społecznym. | K2\_K03 |
| K03. |  |

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Organizacja | | | | | | | |
| Forma zajęć | Wykład (W) | Ćwiczenia w grupach | | | | | |
| A | K | L | S | P | E |
| Liczba godzin |  |  |  | 20 |  |  |  |

## Opis metod prowadzenia zajęć

|  |
| --- |
| Praca praktyczna prowadzona konsultacjami. |

## Formy sprawdzania efektów uczenia się

|  |  |
| --- | --- |
| Efekt kierunkowy | Formy sprawdzania |
| W01 | Projekt indywidualny, Projekt grupowy, Inne |
| W02 |  |
| W03 | Praca laboratoryjna, Projekt indywidualny, Inne |
| U01 | Praca laboratoryjna, Projekt indywidualny, Inne |
| U02 | Praca laboratoryjna, Projekt indywidualny, Projekt grupowy, Inne |
| U03 |  |
| K01 |  |
| K02 |  |
| K03 |  |

|  |  |
| --- | --- |
| Sposób zaliczenia | Zaliczenie z oceną |

|  |  |
| --- | --- |
| Kryteria oceny | Systematyczna praca prowadzona konsultacjami. Poprawne umieszczenie dokumentacji cyfrowej w platformie MS Teams. |

## Treści merytoryczne (wykaz tematów)

|  |
| --- |
| **Wykład**  - |

|  |
| --- |
| **Ćwiczenia**  Zadanie obejmuje zaprojektowanie zestawu gadżetów reklamowych przeznaczonych na wydarzenie, takie jak konferencja naukowa, jako elementów promocyjnych Instytutu Nauk o Informacji, wyprawki studenckiej lub innej jednostki akademickiej Uniwersytetu. W ramach realizacji konieczne jest przeprowadzenie badań, określenie tematu przewodniego oraz dobór odpowiednich elementów zestawu. Należy opracować prezentację koncepcji, uwzględniając wizualizacje oraz kosztorys. Dodatkowo wymagane jest stworzenie persony, czyli charakterystyki potencjalnego odbiorcy produktu. |

## Wykaz literatury podstawowej

|  |
| --- |
| Robert Nowacki, "Reklama", Difin, ISBN 978-83-7251-542-1  Agata Tomaszewska, "Wykonywanie projektów reklam – podręcznik", Ekonomik, ISBN 978-83-7735-128-4  Małgorzata Pańczyk, "Organizacja i prowadzenie kampanii reklamowej. Kwalifikacja A.27 Tom II", Wydawnictwo Naukowe PWN, ISBN 978-83-01-19876-6 |

## Wykaz literatury uzupełniającej

|  |
| --- |
| Bogusław Kwarciak, "Wiedza o reklamie", Wydawnictwo Naukowe PWN, ISBN 978-83-01-16296-5 |

## Bilans godzinowy zgodny z CNPS (Całkowity Nakład Pracy Studenta)

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Liczba godzin w kontakcie z prowadzącymi | Wykład | 0 |
| Konwersatorium (ćwiczenia, laboratorium itd.) | 20 |
| Pozostałe godziny kontaktu studenta z prowadzącym | 5 |
| Liczba godzin pracy studenta bez kontaktu z prowadzącymi | Lektura w ramach przygotowania do zajęć | 0 |
| Przygotowanie krótkiej pracy pisemnej lub referatu po zapoznaniu się z niezbędną literaturą przedmiotu | 0 |
| Przygotowanie projektu lub prezentacji na podany temat (praca w grupie) | 0 |
| Przygotowanie do egzaminu/zaliczenia | 0 |
| Ogółem bilans czasu pracy | | 25 |
| Liczba punktów ECTS w zależności od przyjętego przelicznika | | 1 |