



Karta przedmiotu System identyfikacji

1. Informacje podstawowe

Kierunek studiów komunikacja wizualna i media cyfrowe Jednostka zarządzająca kierunkiem studiów Wydział Sztuk Projektowych Poziom studiów drugiego stopnia (mgr) Profil studiów Profil praktyczny Forma studiów studia stacjonarne		Cykl kształcenia (nabór) 2025/26 Kod przedmiotu 15KWMC-PS.DM2C.3596.25 Języki wykładowe polski Obligatoryjność Fakultatywny Blok zajęciowy Przedmioty kierunkowe	
Wymagania wstępne		Podstawowa wiedza i umiejętności z zakresu projektowania graficznego, typografii, metodologii procesu projektowego oraz możliwości wykorzystania programów graficznych do tworzenia i edycji grafiki wektorowej.	
Przedmioty wprowadzające		Brak	
Koordynator		Łukasz Aleksandrowicz	
Okres Semestr 2		Forma prowadzenia, godziny zajęć i punkty ECTS • Ćwiczenia projektowe: 30 godz., 3 ECTS, Zaliczenie na ocenę	

2. Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Opis efektów uczenia się	Odniesienie do kierunkowych efektów uczenia się	Odniesienie do charakterystyk PRK
Wiedza:			

Kod	Opis efektów uczenia się	Odniesienie do kierunkowych efektów uczenia się	Odniesienie do charakterystyk PRK
W1	Posiada pogłębioną wiedzę z zakresu metodyki projektowania systemów identyfikacji wizualnej. Zna najważniejsze pojęcia. Rozumie rolę SIW w kontekście komunikacji wizualnej i kreowania wizerunku marek.	KMC_P2_K_W01	P7S_WG
W2	Posiada praktyczną wiedzę w zakresie projektowania systemów identyfikacji wizualnej. Potrafi korzystać z głównych narzędzi i technologii do projektowania i wdrażania SIW.	KMC_P2_K_W02	P7S_WG
W3	Zna i rozumie fachową terminologię z zakresu projektowania systemów identyfikacji. Ma wiedzę w zakresie historii i współczesnych trendów w tej dziedzinie komunikacji wizualnej.	KMC_P2_K_W06	P7S_WG
W4	Rozumie główne założenia projektowania systemów identyfikacji, ich przeznaczenia i specyfiki (uwzględniając wszelkie czynniki wynikające z briefu). Ma umiejętność twórczego rozwiązywania problemów projektowych.	KMC_P2_K_W04	P7S_WK
W5	Posiada wiedzę dotyczącą zasad komunikacji wizualnej, uwzględniających różnorodne konteksty kulturowe, społeczne i medialne.	KMC_P2_K_W01	P7S_WG
Umiejętności:			
U1	Posiada umiejętność wykorzystania w praktyce wiedzy z zakresu projektowania systemów identyfikacji. Potrafi tworzyć kompleksowe SIW uwzględniając specyfikę marki i cele komunikacyjne.	KMC_P2_K_U01	P7S_UW
U2	Potrafi tworzyć kreatywne projekty z zakresu identyfikacji wizualnej. Umie projektować oryginalne rozwiązania, wykorzystując typografię, znaki graficzne (logo/logotyp), serie ikon/piktogramów oraz inne elementy graficzne.	KMC_P2_K_U02	P7S_UW
U3	Potrafi przygotować pliki do druku/produkcji oraz zoptymalizować je na potrzeby mediów cyfrowych.	KMC_P2_K_U02	P7S_UW
U4	Umiejętnie dobiera właściwe narzędzia i środki wizualne. Potrafi wykorzystać odpowiednie oprogramowania w celu zaprojektowania elementów identyfikacji (zarówno dla mediów tradycyjnych jak i cyfrowych).	KMC_P2_K_U03	P7S_UW
U5	Rozumie potrzebę ciągłego uczenia się, śledzenia trendów i nowoczesnych technologii w komunikacji wizualnej.	KMC_P2_K_U08	P7S_UU
U6	Umie zaprezentować i uzasadniać koncepcję systemu identyfikacji, dostosowując ją do potrzeb klienta lub zespołu projektowego. Potrafi zareagować na uwagi ze strony odbiorców.	KMC_P2_K_U04, KMC_P2_K_U05	P7S_UK, P7S_UK
Kompetencje społeczne:			
K1	Interesuje się środowiskiem twórczym, śledzi trendy i bieżące realizacje w zakresie komunikacji wizualnej, kreowania marek (brandingu) oraz projektowania SIW.	KMC_P2_K_K01	P7S_KR P7S_KO

Kod	Opis efektów uczenia się	Odniesienie do kierunkowych efektów uczenia się	Odniesienie do charakterystyk PRK
K2	Posiada zdolność krytycznej analizy realizacji projektowych i brandingowych. Świadomie podejmuje decyzje projektowe z uwzględnieniem funkcjonalności i estetyki SIW.	KMC_P2_K_K03	P7S_KK

3. Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Formy zajęć	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Głównym celem zajęć jest rozwinięcie umiejętności projektowania kompleksowych systemów identyfikacji wizualnej (SIW). Studenci zdobywają praktyczną wiedzę, która jest bardzo pomocna w dziedzinie komunikacji wizualnej. Realizowany projekt uwzględnia zastosowanie mediów tradycyjnych i cyfrowych. Na pierwszych zajęciach studenci są zaznajamiani z historią i ewolucją systemów identyfikacji oraz podstawowymi definicjami z tej dziedziny. Przybliżona jest rola SIW w komunikacji marek, firm i organizacji. Wprowadzenie (prelekcja) prezentuje przykłady wzorcowych realizacji SIW (studium przypadków), podkreśla ich skuteczność i oryginalność, analizuje elementy składowe. Studenci przyswajają ocenę efektywności SIW z perspektywy odbiorcy i klienta. Poznają przyczyny i strategie wprowadzania rebrandingu i redesignu SIW. Zadanie (projekt) ma na celu rozwinąć umiejętności tworzenia elementów identyfikacji, takich jak: - logo/logotyp (we wszystkich wariantach układu i kolorystyki, wyznaczeniem pól ochronnych i skali minimalnej, przykładami zabronionych modyfikacji); - typografia (dobór krojów pisma, określenie ich hierarchii i specyfikacji); - kolorystyka (paleta podstawowa i uzupełniająca, określenie specyfikacji trybów koloru); - dodatkowe elementy graficzne (np. ikony, piktogramy, patterny); - elementy drukowane SIW (wizytówki, ulotki, foldery, plakaty, itp.); - elementy cyfrowe SIW (strona internetowa, aplikacje mobilne, media społecznościowe, AR/VR); - elementy przestrzenne SIW oraz wayfinding (outdoor/indoor - oznakowanie przestrzeni, eventowów, pomieszczeń, stoisk targowych); - elementy audiowizualne (jingle, animacje, motion design i filmy promocyjne); - dodatkowe elementy (opakowania, gadżety). Istotnym elementem zajęć jest także nauka opracowania kompleksowej księgi identyfikacji wizualnej (tzw. Brand book). Studenci opracowują strukturę i zawartość księgi znaku, opisują zasady stosowania logo/logotypów (warianty) oraz wytycznych dot. używania elementów drukowanych i cyfrowych. Zajęcia mają uświadomić studentom podstawowe zadania SIW, którymi jest budowanie silnej i rozpoznawalnej tożsamości wizualnej (marki). Nabyta wiedza pozwala studentom proponować odpowiednie elementy SIW, zgodne z profilem, strategią/misją i grupą docelową marki. Studenci pogłębiają praktyczną znajomość programów graficznych (pakiet Adobe: Illustrator, Photoshop, InDesign, Figma/XD, After Effects). Pod koniec semestru, studenci przedstawiają zadanie w formie prezentacji multimedialnej. Ma to na celu sprawdzenie umiejętności estetycznego prezentowania projektu oraz uzasadnienia decyzji projektowych. Przedmiot "System identyfikacji" rozwija umiejętności i wiedzę studentów w zakresie profesjonalnego i kompleksowego opracowywania tożsamości wizualnej marek, organizacji (firm, instytucji) i przedsięwzięć (eventy, kampanie). Przyswojona wiedza i umiejętności dają możliwości zatrudnienia, zarówno w firmach, jak i na rynku freelancingu.	Ćwiczenia projektowe	W1, W2, W3, W4, W5, U1, U2, U3, U4, U5, U6, K1, K2

4. Metody prowadzenia zajęć, weryfikacji efektów uczenia się i warunki zaliczenia

Forma zajęć		
Ćwiczenia projektowe	Metody prowadzenia zajęć:	
	Dyskusja, Projekt, Pokaz, Case study	
	Metody (sposoby) weryfikacji:	Udział:
	Projekt	80%
	Aktywność	20%
	Warunki zaliczenia przedmiotu:	
	Przygotowanie projektu semestralnego, realizacja zadań ćwiczeniowych, obecność i aktywność na zajęciach. Maksymalnie 3 nieusprawiedliwione nieobecności.	

Efekt uczenia się dla przedmiotu	Metody (sposoby) weryfikacji	
	Projekt	Aktywność
W1	x	x
W2	x	x
W3	x	x
W4	x	x
W5	x	x
U1	x	x
U2	x	x
U3	x	x
U4	x	x
U5	x	x
U6	x	x
K1	x	x
K2	x	x

5. Literatura

Literatura podstawowa

1. Evamy M., 2008, „Logo - przewodnik dla projektantów”, Wydawnictwo Naukowe PWN.
2. Bokhua G., 2022, „Principles of Logo Design: A Practical Guide to Creating Effective Signs, Symbols, and Icons”, Rockport Publishers.
3. Wszółek D., 2024, „Manual. Projektowanie komunikacji wizualnej”, Wydawnictwo Naukowe PWN.
4. Heller S., Anderson G., 2019, „Jak zaprojektować doskonałe logo. 50 mistrzowskich projektów”, Alma-Press.
5. Gurdak K., Kędzia K., Kocikowski M., Kotowicz B., Michalski M., Mierzwa M., Mitkova L., Rutkowski K., Sznitowski M., Żerko N., 2022, „Przewodnik brandingowy. Jak całościowo tworzyć i zmieniać marki”, IBRA Instytut Brandingowy. Do pobrania online <https://brandingowy.pl/przewodnik/>

Literatura uzupełniająca

1. Frutiger A., 2003, „Człowiek i jego znaki”, d2d.pl.
2. Gonzáles-Miranda E., Quindós T., 2016, „Projektowanie ikon i piktogramów”, d2d.pl.
3. Airey D., 2019, „Identity Designed: The Definitive Guide to Visual Branding”, Rockport Publishers.
4. Airey D., 2024, „Identity Designed: The Process: Research, Strategy, Design, Implementation”, Rockport Publishers.
5. Vignelli M., 2025, „Manuals: Design and Identity Guidelines”, Thames & Hudson.

6. Nakład pracy studenta - bilans godzin i punktów ECTS

Aktywność studenta		Obciążenie studenta Liczba godzin
Zajęcia prowadzone z bezpośrednim udziałem nauczyciela akademickiego lub innych osób prowadzących zajęcia	Ćwiczenia projektowe	30
Praca własna studenta	Przygotowanie projektu	40
	Konsultacje	10
	Przygotowanie do zajęć	5
	Studiowanie literatury	5
Łączny nakład pracy studenta		90
Liczba punktów ECTS		3

* Godzina (dydaktyczna) oznacza 45 minut