Reklama wizualna

PODSTAWA PROGRAMOWA



Treści nauczania

1. Psychofizjologiczne mechanizmy percepcji.
2. Artystyczne i racjonalne przesłanki kształtowania komunikatu wizualnego.
3. Funkcje i formy reklamy wizualnej.
4. Przekład informacji na język wizualny.
5. Obraz i litera w kontekście funkcjonalno-estetycznym.
6. Środki wyrazu plastycznego a działania na płaszczyźnie i w przestrzeni.
7. Struktura i budowa form przestrzennych. Projektowanie przestrzeni użytkowych, ekspozycyjnych oraz ich przedstawianie na planszach, w modelach i makietach.
8. Racjonalność, funkcjonalność, estetyka w kształtowaniu przestrzeni. Zagadnienie ergonomii w reklamie.
9. Systemy i formy notacji i prezentacji projektów dwuwymiarowych i trójwymiarowych: rysunek techniczny i zawodowy; pełna dokumentacja projektowa. Zapis cyfrowy projektu.
10. Techniki i technologie stosowane w reklamie wizualnej.
11. Reklama wizualna a inne działania artystyczne. Działania intermedialne.

Osiągnięcia uczniów

1. Kreatywne myślenie i działanie, wyrażanie własnych poglądów artystycznych.

2. Świadome posługiwanie się językiem plastycznym w projektowaniu reklamy wizualnej.
3. Samodzielne konstruowanie przekazu wizualnego dla autokreacji.
4. Umiejętność kreowania struktur funkcjonalnych, opartych o współczesne techniki i technologie komunikacji wizualnej.
5. Umiejętność łączenia zasad funkcjonalności, estetyki, techniki i technologii.
6. Dokumentowanie własnych dokonań twórczych.
7. Profesjonalne prezentowanie własnych poglądów i dokonań twórczych.









