

Advanced graphics in advertising - course description

General information	
Course name	Advanced graphics in advertising
Course ID	04.2-WE-BEP-ZMGwR
Faculty	Faculty of Computer Science, Electrical Engineering and Automatics
Field of study	E-business
Education profile	practical
Level of studies	First-cycle studies leading to Engineer's degree
Beginning semester	winter term 2021/2022

Course information	
Semester	2
ECTS credits to win	5
Course type	obligatory
Teaching language	polish
Author of syllabus	<ul style="list-style-type: none">dr inż. Andrzej Czajkowskidr hab. inż. Marek Sawerwain, prof. UZ

Classes forms					
The class form	Hours per semester (full-time)	Hours per week (full-time)	Hours per semester (part-time)	Hours per week (part-time)	Form of assignment
Lecture	30	2	18	1,2	Credit with grade
Laboratory	30	2	18	1,2	Credit with grade

Aim of the course

Zapoznanie studentów z możliwościami tworzenia reklam przy wykorzystaniu nowoczesnych rozwiązań grafiki 3D, w tym także grafiki interaktywnej oraz metod wirtualnej rzeczywistości (ang. virtual reality) oraz metod rozszerzonej rzeczywistości (ang. augmented reality). Obejmuje to naukę praktycznych umiejętności w tworzeniu reklam interaktywnych wspomagających zadania marketingowe podejmowane w działalności biznesowej.

Prerequisites

Znajomość podstaw użytkowania programów graficznych i oprogramowania biurowego, znajomość podstaw programowania.

Scope

Wprowadzenie podstawowych pojęć i zagadnień związanych z grafiką 3d oraz interaktywną grafiką 3d.

Zastosowanie grafiki 3D w reklamie i marketingu w zadaniach biznesowych. Przegląd narzędzi wspomagających pracę z nowoczesną grafiką 3d oraz aplikacjami wspomagającymi tworzenie interaktywnej grafiki 3d. Ćwiczenia praktyczne wykorzystujące tego typu środowiska.

Prezentacja podstaw wybranego programu do projektowania wizualizacji 3D. Prezentacja funkcjonalności w zakresie modelowania z wykorzystaniem siatek i płaszczyzn. Wykorzystanie modyfikatorów geometrii siatek 3D. Tworzenie tekstur na potrzeby modelowania 3D. Określanie współrzędnych teksturowania. Wykorzystanie obiektu kamery. Określanie trajektorii animacji obiektów. Tworzenie animacji z wykorzystaniem klatek kluczowych oraz modyfikatorów animacji. Realizacja realistycznego oświetlenia sceny wraz z cieniowaniem. Praktyczne ćwiczenia w zakresie tworzenia przykładowych modeli i animacji.

Podstawowe pojęcia interaktywnej grafiki 3D oraz podstawowe zagadnienia rozszerzonej rzeczywistości.

Tworzenie aplikacji w interaktywnej grafice 3D, w narzędziu wspomagającym tworzenie tego typu grafiki.

Aplikacje wykorzystujące rozszerzoną rzeczywistość, ich zastosowanie w reklamie i promocji. Budowa aplikacji binarnej opartej o interaktywną grafikę 3D dla różnych platform sprzętowo-programowych.

Teaching methods

Wykład - wykład konwencjonalny z wykorzystaniem projektora.

Laboratorium - zajęcia praktyczne w laboratorium komputerowym.

Learning outcomes and methods of theirs verification

Outcome description	Outcome symbols	Methods of verification	The class form
Zna narzędzia informatyczne wspomagające proces tworzenia grafiki wspomagających obszar reklam cyfrowych.	<ul style="list-style-type: none">K_W18K_W20	<ul style="list-style-type: none">a quiz	<ul style="list-style-type: none">Lecture
W ramach stosowanego środowiska potrafi utworzyć podstawową aplikację wykorzystując możliwości rozszerzonej rzeczywistości do realizacji postawionych zadań reklamowych	<ul style="list-style-type: none">K_U07	<ul style="list-style-type: none">carrying out laboratory reports	<ul style="list-style-type: none">Laboratory

Outcome description	Outcome symbols	Methods of verification	The class form
Potrafi opracować kompozycję scenariusza animacji z zachowaniem ciągłości i płynności przekazu reklamowego	<ul style="list-style-type: none"> • K_W18 • K_U15 • K_K08 	<ul style="list-style-type: none"> • carrying out laboratory reports 	<ul style="list-style-type: none"> • Laboratory
Potrafi krytycznie ocenić realizację i jakość wizualnego materiału reklamowego	<ul style="list-style-type: none"> • K_W14 • K_U06 • K_U22 	<ul style="list-style-type: none"> • a quiz 	<ul style="list-style-type: none"> • Lecture
Zna podstawy zagadnień animacji jakie można wykorzystać do tworzenie reklam	<ul style="list-style-type: none"> • K_W20 	<ul style="list-style-type: none"> • a quiz 	<ul style="list-style-type: none"> • Lecture
Potrafi opracować plan przedsięwzięcia reklamowego oraz ocenić jakie techniki grafiki będą najlepsze aby osiągnąć zamierzone cele	<ul style="list-style-type: none"> • K_U07 • K_U08 	<ul style="list-style-type: none"> • carrying out laboratory reports 	<ul style="list-style-type: none"> • Laboratory
Zna i rozumie podstawy teoretyczne związane z transformacją modeli 3D – operacje translacji, rotacji i skalowania.	<ul style="list-style-type: none"> • K_W01 	<ul style="list-style-type: none"> • a quiz 	<ul style="list-style-type: none"> • Lecture
Umie utworzyć interaktywną aplikację 3D i osadzić ją na stronie internetowej w celu reklamy określonego produktu	<ul style="list-style-type: none"> • K_W18 	<ul style="list-style-type: none"> • carrying out laboratory reports 	<ul style="list-style-type: none"> • Laboratory
Potrafi tworzyć realistyczne modele 3D z wykorzystaniem zaawansowanych możliwości narzędzi do modelowania i tekstuowania	<ul style="list-style-type: none"> • K_W14 • K_U21 	<ul style="list-style-type: none"> • carrying out laboratory reports 	<ul style="list-style-type: none"> • Laboratory

Assignment conditions

Wykład - sprawdzian w formie pisemnej, realizowany na koniec semestru.

Laboratorium – ocena końcowa stanowi średnią arytmetyczną ocen uzyskanych za realizację poszczególnych zadań wykonywanych w laboratorium podanych przez prowadzącego zajęcia oraz oceny ze sprawdzianów pisemnych.

Ocena końcowa = 50 % oceny zaliczenia z formy zajęć wykład + 50 % oceny zaliczenia z formy zajęć laboratoryjnych.

Recommended reading

1. D. Derakhshani, R. L. Derakhshani, Autodesk 3ds Max 2014. Oficjalny podręcznik, Helion, 2014
2. Kelly L. Murdock's Autodesk 3ds Max 2021 Complete Reference Guide, SDC Publications , 2020
3. Linowes J., Babilinski K., Augmented Reality for Developers, Packt Publishing, 2017
4. D. Ogilvy, Ogilvy o reklamie, Wydawnictwo Studio EMKA, 2008
5. M. Geig, Unity. Przewodnik projektanta gier, Wydanie III Helion, 2019

Further reading

1. Dahlström A., Storytelling in Design. Defining, Designing, and Selling Multidevice Products, O'Reilly Media, 2019
2. M. Pricken, Creative Advertising: Ideas and Techniques from the World's Best Campaigns, Thames & Hudson, 2008
3. A. Wheeler, Kreowanie marki. Przewodnik dla menedżerów marki, Polskie Wydawnictwo Naukowe, 2010
4. Glover J., Unity 2018 Augmented Reality Projects, Packt Publishing, 2018
5. Linowes J., Unity Virtual Reality Projects, Packt Publishing, 2018

Notes

brak

Modified by dr hab. inż. Marek Kowal, prof. UZ (last modification: 21-04-2021 08:39)

Generated automatically from SylabUZ computer system