

Digital advertising - opis przedmiotu

Informacje ogólne	
Nazwa przedmiotu	Digital advertising
Kod przedmiotu	15.3-WE-BizEIP-DA-Er
Wydział	Wydział Nauk Inżynieryjno-Technicznych
Kierunek	Biznes elektroniczny
Profil	praktyczny
Rodzaj studiów	Program Erasmus pierwszego stopnia
Semestr rozpoczęcia	semestr zimowy 2021/2022

Informacje o przedmiocie	
Semestr	1
Liczba punktów ECTS do zdobycia	4
Typ przedmiotu	obowiązkowy
Język nauczania	angielski
Sylabus opracował	<ul style="list-style-type: none">dr inż. Łukasz Hładowski

Formy zajęć					
Forma zajęć	Liczba godzin w semestrze (stacjonarne)	Liczba godzin w tygodniu (stacjonarne)	Liczba godzin w semestrze (niestacjonarne)	Liczba godzin w tygodniu (niestacjonarne)	Forma zaliczenia
Wykład	15	1	-	-	Zaliczenie na ocenę
Laboratorium	30	2	-	-	Zaliczenie na ocenę

Cel przedmiotu

Providing knowledge on digital media, including current technologies and requirements of electronic media industry.

Teaching the principles of advertising media creation. Teaching principles of acquisition and digital processing of pictures, video and audio materials.

Teaching principles of practical Internet publishing of different contents.

Wymagania wstępne

Technological aspects of the Internet.

Zakres tematyczny

- *Digital media characteristics*. Sound and image perception. Importance of the color management and the role of color profiles.
- *Multimedia input (digital still cameras, video cameras, microphones, scanners) and output (monitors, printers, plotters, 3D printers, speakers) devices*. Device parameters and methods for device selection.
- *Use of digital cameras*. Principles of photography. Camera and lens selection based on the photographed scene: macro photography, pack shot, news photography.
- *Digital image processing*. Image formats. Analysis and editing of digital images. Principles of typography.
- *Use of digital video cameras*. Principles for video capture. Advertisements. Principles of movie editing for the Internet.
- *Audio*. Audio acquisition. Principles of audio processing (denoise, special effects, filtration). Video and audio integration and synchronization.
- *Content creation*. Using digital stock photo banks. Creation of landing pages. Selecting proper content parameters (resolution, size, format).
- *Principles of business graphics*. Posters, invitations, business cards, folders and pictures. Creating digital presentations.
- *Content publishing*. Use of Internet content distribution networks, incliding YouTube, Fotolia, Picasa Web, social networks, discussion forums, Kickstarter, Live publishing using streaming media.

Metody kształcenia

Lecture - conventional lecture using a beamer,

Lab - hands-on classes in a computer lab.

Efekty uczenia się i metody weryfikacji osiągnięcia efektów uczenia się

Opis efektu	Symbole efektów	Metody weryfikacji	Forma zajęć
Can use stock banks. Can give technical requirements for such materials.		<ul style="list-style-type: none">• sprawdzian	<ul style="list-style-type: none">• Wykład• Laboratorium

Opis efektu	Symbole efektów	Metody weryfikacji	Forma zajęć
Knows principle kinds, parameters and selection methods for input and output devices. Understands the meaning of the lens focal length, aperture, depth of field and ISO sensitivity.		<ul style="list-style-type: none"> sprawdzian 	<ul style="list-style-type: none"> Wykład
Knows principle rules for media licensing and is aware of the law constraints for photographs.		<ul style="list-style-type: none"> sprawdzian 	<ul style="list-style-type: none"> Wykład
Knows principles of business graphics. Can create a simple landing page, invitation and presentation. Can do a simple digital picture, sound and video editing.		<ul style="list-style-type: none"> sprawdzian creating a presentation, practice test 	<ul style="list-style-type: none"> Wykład Laboratorium
Knows principles of photography and can use a digital camera for macro photography and simple pack shots. Can use digital video camera to create a simple advertisement.		<ul style="list-style-type: none"> sprawdzian practice test 	<ul style="list-style-type: none"> Laboratorium
Understands the importance of the color management and a role of color profiles. Can properly select a working space taking into account the presentation method (Internet, print).		<ul style="list-style-type: none"> sprawdzian 	<ul style="list-style-type: none"> Wykład Laboratorium

Warunki zaliczenia

Lecture - oral or written test administered at the end of the semester.

Lab - final grade is a weighted average for all elements of the course. A grade is given for the preparation to the task (written test) and a practical result of the task.

Final grade = Weighted average calculated with 50% lecture mark and 50% lab mark.

Literatura podstawowa

1. Fraser, B., Real world color management, 2nd Edition, Peachpit Press, 2004,
2. Williams, R., The Non-Designer's Design and Type Books, Deluxe Edition, Peachpit Press, 2007,
3. Ball, J., Carman, R., From Still to Motion: A photographer's guide to creating video with your DSLR, New Riders, 2010,
4. Earnest, A., The New Lighting for Product Photography: The Digital Photographer's Step-by-Step Guide to Sculpting with Light, 2nd Edition, Amherst Media, 2019.

Literatura uzupełniająca

1. Varis, L., Skin: The Complete Guide to Digitally Lighting, Photographing, and Retouching Faces and Bodies, 2nd Edition, Sybex 2010.

Uwagi

Zmodyfikowane przez dr inż. Łukasz Hładowski (ostatnia modyfikacja: 18-07-2021 12:23)

Wygenerowano automatycznie z systemu SylabUZ