

Zaawansowane metody grafiki w reklamie - opis przedmiotu

Informacje ogólne	
Nazwa przedmiotu	Zaawansowane metody grafiki w reklamie
Kod przedmiotu	04.2-WE-BEP-ZMGwR
Wydział	Wydział Informatyki, Elektrotechniki i Automatyki
Kierunek	Biznes elektroniczny
Profil	praktyczny
Rodzaj studiów	pierwszego stopnia z tyt. inżyniera
Semestr rozpoczęcia	semestr zimowy 2022/2023

Informacje o przedmiocie	
Semestr	2
Liczba punktów ECTS do zdobycia	5
Typ przedmiotu	obowiązkowy
Język nauczania	polski
Sylabus opracował	<ul style="list-style-type: none">dr inż. Andrzej Czajkowskidr hab. inż. Marek Sawerwain, prof. UZ

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	30	2	18	1,2	Zaliczenie na ocenę
Laboratorium	30	2	18	1,2	Zaliczenie na ocenę

Cel przedmiotu

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.

Wymagania wstępne

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

Zakres tematyczny

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.

Prezentowanie 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 tekstuowania. 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.

Metody kształcenia

Wykład - wykład konwencjonalny z wykorzystaniem projektora.

Laboratorium - zajęcia praktyczne w laboratorium komputerowym.

Efekty uczenia się i metody weryfikacji osiągnięcia efektów uczenia się

Opis efektu	Symbolne efektów	Metody weryfikacji	Forma zajęć
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">sprawdzian	<ul style="list-style-type: none">Wykład

Opis efektu	Symbole efektów	Metody weryfikacji	Forma zajęć
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"> wykonanie sprawozdań laboratoryjnych 	<ul style="list-style-type: none"> Laboratorium
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"> wykonanie sprawozdań laboratoryjnych 	<ul style="list-style-type: none"> Laboratorium
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"> sprawdzian 	<ul style="list-style-type: none"> Wykład
Zna podstawy zagadnień animacji jakie można wykorzystać do tworzenie reklam	<ul style="list-style-type: none"> K_W20 	<ul style="list-style-type: none"> sprawdzian 	<ul style="list-style-type: none"> Wykład
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"> wykonanie sprawozdań laboratoryjnych 	<ul style="list-style-type: none"> Laboratorium
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"> sprawdzian 	<ul style="list-style-type: none"> Wykład
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"> wykonanie sprawozdań laboratoryjnych 	<ul style="list-style-type: none"> Laboratorium
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"> wykonanie sprawozdań laboratoryjnych 	<ul style="list-style-type: none"> Laboratorium

Warunki zaliczenia

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.

Literatura podstawowa

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

Literatura uzupełniająca

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

Uwagi

brak

Zmodyfikowane przez dr hab. inż. Marek Kowal, prof. UZ (ostatnia modyfikacja: 06-04-2022 09:00)

Wygenerowano automatycznie z systemu SylabUZ