

# Zaawansowane metody grafiki w reklamie - opis przedmiotu

Informacje ogólne	
Nazwa przedmiotu	Zaawansowane metody grafiki w reklamie
Kod przedmiotu	04.2-WE-BEP-ZMGwR
Wydział	<a href="#">Wydział Informatyki, Elektrotechniki i Automatyki</a>
Kierunek	Biznes elektroniczny
Profil	praktyczny
Rodzaj studiów	pierwszego stopnia z tyt. inżyniera
Semestr rozpoczęcia	semestr zimowy 2016/2017

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"><li>dr inż. Andrzej Czajkowski</li><li>dr hab. inż. Marek Sawerwain, prof. UZ</li></ul>

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	Egzamin
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	Symbolce efektów	Metody weryfikacji	Forma zajęć
Zna narzędzia informatyczne wspomagające proces tworzenia grafiki wspomagających obszar reklam cyfrowych.	<ul style="list-style-type: none"><li>K_W18</li><li>K_W20</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>sprawdzian</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Wykład</li></ul>
Zna podstawy zagadnień animacji jakie można wykorzystać do tworzenie reklam	<ul style="list-style-type: none"><li>K_W20</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>sprawdzian</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Wykład</li></ul>

Opis efektu	Symbole efektów	Metody weryfikacji	Forma zajęć
Zna i rozumie podstawy teoretyczne związane z transformacją modeli 3D – operacje translacji, rotacji i skalowania.	• <a href="#">K_W01</a>	• sprawdzian	• Wykład
Potrafi krytycznie ocenić realizację i jakość wizualnego materiału reklamowego	• <a href="#">K_W14</a> • <a href="#">K_U06</a> • <a href="#">K_U23</a>	• sprawdzian	• Wykład
Umie utworzyć interaktywną aplikację 3D i osadzić ją na stronie internetowej w celu reklamy określonego produktu	• <a href="#">K_W18</a>	• wykonanie sprawozdań laboratoryjnych	• Laboratorium
Potrafi tworzyć realistyczne modele 3D z wykorzystaniem zaawansowanych możliwości narzędzi do modelowania i tekstuowania	• <a href="#">K_W14</a> • <a href="#">K_U21</a>	• wykonanie sprawozdań laboratoryjnych	• Laboratorium
Potrafi opracować plan przedsięwzięcia reklamowego oraz ocenić jakie techniki grafiki będą najlepsze aby osiągnąć zamierzone cele	• <a href="#">K_U07</a> • <a href="#">K_U08</a>	• wykonanie sprawozdań laboratoryjnych	• Laboratorium
Potrafi opracować kompozycję scenariusza animacji z zachowaniem ciągłości i płynności przekazu reklamowego	• <a href="#">K_W18</a> • <a href="#">K_U15</a> • <a href="#">K_K08</a>	• wykonanie sprawozdań laboratoryjnych	• Laboratorium
Posiada umiejętność adaptacji podstawowych obiektów graficznych w środowisku interaktywnej grafiki 3D	• <a href="#">K_U02</a>	• wykonanie sprawozdań laboratoryjnych	• Laboratorium
W ramach stosowanego środowiska potrafi utworzyć podstawową aplikację wykorzystując możliwości rozszerzonej rzeczywistości do realizacji postawionych zadań reklamowych	• <a href="#">K_U07</a>	• wykonanie sprawozdań laboratoryjnych	• Laboratorium
Rozumie potrzebę poszerzania wiedzy związanej z technicznymi aspektami środowiska pracy wspierającą pracę z grafika 3D w tym też z grafiką interaktywną	• <a href="#">K_K01</a>	• sprawdzian	• Wykład • 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. K. L. Murdock, Autodesk 3ds Max 2012. Biblia, Helion, 2013
2. A. B. Craig, Understanding Augmented Reality: Concepts and Applications, Morgan Kaufmann, 2013
3. D. Ogilvy, Ogilvy o reklamie, Wydawnictwo Studio EMKA, 2008
4. M. Geig, Unity. Przewodnik projektanta gier, Helion, 2015
5. T. Parisi, Learning Virtual Reality: Developing Immersive Experiences and Applications for Desktop, Web, and Mobile, O'Reilly Media, 2015

## Literatura uzupełniająca

1. M. McCarthy, How to Cheat in 3ds Max 2015: Get Spectacular Results Fast, Focal Press, 2014
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. G. Kipper, Augmented Reality, Syngress, 2012

## Uwagi

brak

Zmodyfikowane przez dr hab. inż. Marcina Mrugalski, prof. UZ (ostatnia modyfikacja: 02-10-2016 23:54)

Wygenerowano automatycznie z systemu SyllabUZ