

KATALOG ZNANJA

1 IME PREDMETA VIZUALNE KOMUNIKACIJE IN MULTIMEDIJA (VKM)

2. SPLOŠNI CILJI

Splošni cilji predmeta so:

- samostojno in odgovorno opravljati delovni proces in načrtovati ustrezna vizualna sporočila glede na namen sporočanja;
- razvijati sposobnosti za kreativno mišljenje;
- razvijati likovno senzibilnost;
- razvijati sposobnosti za timsko delo in sodelovanje s strokovnjaki z različnih strokovnih področij;
- spoznati postopke načrtovanja in organizacije dela;
- spremljati razvoj stroke in skrbeti za lastni strokovni, delovni in osebni razvoj.

3 PREDMETNO-SPECIFIČNE KOMPETENCE

Pri predmetu si študent poleg generičnih pridobi naslednje kompetence:

- načrtovanje vizualne komunikacije v izbranem žanru,
- uporabljanje psiholoških učinkov likovnega strukturiranja prostora, umestitve različnih oblik in barvnih kombinacij ter prostorsko umeščenih znakovno-simbolnih oblik in drugih elementov vizualnega komuniciranja,
- vodenje izvedbe predstavitve ob pomoči različnih medijev (tiskani material, računalniški programi, spletne strani, ...),
- pripravljanje profesionalno oblikovane in vizualno atraktivne ponudbe oziroma predloge,
- obvladovanje vizualnih sporočil in komunikacije ter grafičnih orodij, naprav in programov,
- uporabljanje IKT (različna računalniška orodja) pri oblikovanju vizualne podobe, pripravi za tisk in za doseganje zelenih ciljev,
- uporabljanje računalniške programe za predstavitve in 3-dimenzionalno načrtovanje ter pri izdelavi načrta.

4. OPERATIVNI CILJI

INFORMATIVNI CILJI	FORMATIVNI CILJI
<i>Študent:</i>	<i>Študent:</i>
<p>Elementi vizualnih komunikacij</p> <ul style="list-style-type: none"> • pozna faze razvoja oblikovalskega projekta od idejne zasnove in likovne rešitve do tehnične izvedbe končnega izdelka; • pozna zakonitosti vizualne komunikacije v različnih oblikovalskih žanrih; • pozna učinke likovnega jezika pri pospeševanju prodaje in merchandisingu, event menedžmentu ter urejanju prostorov; • razume pojem vizualne komunikacije kot način posredovanja vidnih sporočil v različnih oblikah in medijih; • pozna likovne elemente, spremenljivke in kompozicijske principe; • razlikuje učinke likovnih elementov, spremenljivk in kompozicijskih principov; • pozna učinke likovnega jezika pri pospeševanju prodaje in merchandisingu, event menedžmentu ter urejanju prostorov; 	<ul style="list-style-type: none"> • analizira različne oblike vizualnih komunikacij in primerja njihove učinke; • uporabi likovne elemente, spremenljivke in kompozicijske principe v oblikovalski nalogi; • preizkusi učinke različnih likovnih elementov, spremenljivk in kompozicijskih principov;
<p>Zakonitosti in elementi celostne grafične podobe</p> <ul style="list-style-type: none"> • pozna značilnosti simbola in logotipa; • razlikuje med tipi (lingvistični, matematični, znanstveni, grafični) in oblikami simbolov (tipografski, abstraktni, deskriptivni/ikonični, kombinirani); • razume moč in sporočilnost simbolov; • pozna ključne lastnosti dobro oblikovanih simbolov; • pozna zakonitosti oblikovanja simbola in logotipa; • razlikuje med ožjim in širšim pomenom tipografije; • pozna pomen in sestavne elemente celostne grafične podobe; 	<ul style="list-style-type: none"> • analizira obstoječe simbole z vidika prepoznavnosti, razlikovalnosti, berljivosti in referenčnosti; • izbere ustrezno tipografijo glede na namen; • analizira učinke različnih tipografij; • obvlada prenašanje verbalnih vsebin v oblikovalsko vizualno komunikacijo; • izdelava logotip realne ali namišljene organizacije; • oblikuje simbol in logotip v različnih likovnih/oblikovalskih tehnikah; • analizira obstoječo celostno grafično podobo in povezuje simbolno govorico likovnih elementov z realno identiteto podjetja;
<p>Mediji vizualne komunikacije in oblikovanje tiskovin</p>	<ul style="list-style-type: none"> • oblikuje plakat ali letak in ob tem upošteva sporočilnost in likovnost;

<ul style="list-style-type: none">• razlikuje med posameznimi mediji vizualnih komunikacij (plakat, fotografija, film, video, tv);• pozna značilnosti in sestavne elemente posameznih vizualnih medijev;• razume vsebinski in estetski pomen učinkovito oblikovane tiskovine;	<ul style="list-style-type: none">• izbere in uporabi primerno tipografsko vrsto pri oblikovanju plakata ali letaka;• opredeli cilje oblikovalskega projekta;• racionalno, hierarhično in estetsko razporeja elemente tiskovine;• uporabi pridobljena znanja pri oblikovanju za boljši vizualni učinek tiskovine;• izdelava kratek film, televizijsko ali radijsko reklamo v propagandne namene;
<p>Priprava na tisk</p> <ul style="list-style-type: none">• zna razviti oblikovalski projekt od idejne zasnove in likovne rešitve do tehnične izvedbe končnega izdelka;• razume pomen sodelovanja s strokovnjaki z različnih strokovnih področij.	<ul style="list-style-type: none">• pripravi profesionalno oblikovane in vizualno atraktivne ponudbe oziroma predloge;• obvlada vizualna sporočila in komunikacije ter grafična orodja, naprave in programe;• uporablja IKT (različna računalniška orodja) pri oblikovanju vizualne podobe, pripravi za tisk in za doseganje želenih ciljev;• računalniško oblikovan dokument spremeni v obliko, primerno za tisk.

4 OBVEZNOSTI ŠTUDENTOV IN POSEBNOSTI V IZVEDBI

Število kontaktnih ur: 72 ur (36 ur predavanj, 36 ur laboratorijskih vaj).

Število ur samostojnega dela: 108 ur (36 ur za študij literature in virov, 30 ur za študije primerov in izdelavo predstavitve na izbrano temo, 42 ur za izdelavo izdelkov in pripravo na izpit).