Informačný list predmetu

Akademický rok 2026/2027

Vysoká škola	Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave
Fakulta	FMK UCM
Kód predmetu	KUK/25DIDI20/25
Názov predmetu	art direction
Rozsah	2S
Počet kreditov	2
Vyučujúci	Mgr. Natália Nagyová, PhD. (prednášajúci), Mgr. Magdaléna Tomalová (prednášajúci)

Podmienky na absolvovanie predmetu

- Účasť na výučbe (10 %): Aktívna účasť na prednáškach a workshopoch, minimálne 80 % dochádzka.
- Individuálne zadania (20 %): Vypracovanie krátkych úloh zameraných na praktické aspekty art direction (napr. tvorba moodboardu, návrh loga).
- Skupinový projekt (30 %): Spolupráca v tíme na komplexnom vizuálnom projekte (napr. návrh vizuálnej identity alebo kampane), hodnotené na základe originality, realizácie a prezentácie.
- Priebežné testy (20 %): Overenie teoretických vedomostí prostredníctvom dvoch krátkych testov počas semestra.
- Záverečný projekt (20 %): Samostatná práca na finálnom projekte, ktorý integruje všetky nadobudnuté znalosti a zručnosti, vrátane obhajoby pred odbornou komisiou.
- Bonusové body (max. 5 %): Možnosť získať bonusové body za mimoriadnu kreativitu alebo aktívny prínos do diskusií a tímovej práce.

Záverečná hodnotiaca stupnica: 100 – 92 =A; 91 - 83 =B; 82 – 74 =C; 73 – 65 =D; 64 - 56 =E; 55 a menej = FX.

Výsledky vzdelávania

- má základné vedomosti o princípoch vizuálnej komunikácie a dizajnu,
- chápe estetiku a jej aplikáciu v rôznych médiách,
- ovláda tvorbu a realizáciu kreatívnych konceptov, používanie farieb, typografie, kompozície a vizuálnych prvkov,
- vie pracovať s tímom a efektívne komunikovať kreatívne nápady klientom a spolupracovníkom,
- zvláda používanie softvérov na grafický dizajn a vizualizáciu projektov,
- má schopnosť analyzovať cieľovú skupinu a prispôsobiť vizuálne riešenia jej potrebám,
- ovláda proces tvorby vizuálnej identity a kreatívnych kampaní,
- vie kriticky hodnotiť vizuálne práce a aplikovať spätnú väzbu na ich zlepšenie.

Stručná osnova predmetu

1. Úvod do art direction: Definícia, história a význam art direction v rôznych oblastiach (reklama, film, dizajn, hry).
2. Princípy vizuálnej komunikácie: Základy kompozície, typografie, farieb a ich psychologický vplyv.
3. Kreatívny proces: Tvorba konceptov, brainstorming, moodboardy a vizuálny storytelling.
4. Tvorba vizuálnej identity: Logo, branding, jednotný vizuálny štýl a jeho aplikácia.

5. Dizajn pre rôzne médiá: Tradičné a digitálne platformy, adaptácia dizajnu na rôzne formáty a technológie.
6. Tímová spolupráca: Úloha art directora v kreatívnom tíme, komunikácia s dizajnérmi, fotografmi, klientmi a produkciou.
7. Softvérové nástroje: Prehľad a praktické zručnosti v programoch na grafický dizajn a vizualizáciu (napr. Adobe Creative Suite).
8. Analýza cieľovej skupiny: Pochopenie potrieb a preferencií publika, výskum a tvorba persony.
9. Hodnotenie a spätná väzba: Kritické posudzovanie vizuálnych konceptov, získavanie a aplikácia spätnej väzby.
10. Praktický projekt: Realizácia komplexného art direction projektu od konceptu až po finálny výstup.

Odporúčaná literatúra

WHEELER, A. (2021). Designing Brand Identity: An Essential Guide for the Whole Branding Team (5th ed.). Wiley.
LUPTON, E. (2017). Graphic Design: The New Basics (2nd ed.). Princeton Architectural Press.
AMBROSE, G., & HARRIS, P. (2021). The Fundamentals of Creative Design (3rd ed.). Bloomsbury Visual Arts.
BROWN, T. (2019). Change by Design: How Design Thinking Creates New Alternatives for Business and Society (Updated and revised ed.). Harper Business.
AIREY, D. (2019). Identity Designed: The Definitive Guide to Visual Branding. Rockport Publishers.
BERGER, W. (2018). A More Beautiful Question: The Power of Inquiry to Spark Breakthrough Ideas. Bloomsbury Publishing.