



Detaljni izvedbeni plan

Akadska godina: 2025/2026	Semestar: Zimski
Studiji: Komunikologija (R) (izborni) Povijest (R) (izborni) Psihologija (R) (izborni) Sestrinstvo (R) Sociologija (R) (izborni) Sestrinstvo (I) Primaljstvo (R) (izborni) Primaljstvo (I) (izborni)	Godina studija: 1

I. OSNOVNI PODACI O KOLEGIJU

Naziv kolegija: Vizualna komunikacija i grafički dizajn

Status kolegija: Obvezni	ECTS bodovi: 5	Šifra kolegija: 288366
---------------------------------	-----------------------	-------------------------------

Ukupno opterećenje kolegija

Vrsta nastave	Ukupno sati
Predavanje	30
Seminar	15

Mjesto i vrijeme održavanja nastave: HKS – prema objavljenom rasporedu

II. NASTAVNO OSOBLJE

Nositelj kolegija

Ime i prezime: Maleš Dražen

Akademski stupanj/naziv:

Kontakt e-mail: drazen.males@unicath.hr	Telefon:
--	-----------------

Konzultacije: Prema objavljenom rasporedu

Suradnici na kolegiju

III. DETALJNI PODACI O KOLEGIJU

Jezik na kojem se nastava održava: Hrvatski

Opis kolegija	Kolegij Vizualna komunikacija i grafički dizajn usmjeren je na stjecanje sveobuhvatnog teorijskog znanja i praktičnih vještina koje su nužne za kritičko razumijevanje i primjenu vizualne komunikacije unutar suvremenih medijskih i digitalnih konteksta. Studenti će se sustavno upoznati s ulogom vizualne komunikacije u tradicionalnim i digitalnim medijima te će razviti strategije za učinkovito prenošenje vizualnih poruka, s posebnim naglaskom na digitalne platforme. Kroz detaljno proučavanje ključnih elemenata vizualnog identiteta, uključujući tipografiju, boju i logotipe, kao i kroz analizu različitih proizvoda grafičkog dizajna i medija vizualne komunikacije, studenti će razviti sposobnosti za kritičku analizu i interpretaciju vizualnih poruka. Ovaj kolegij osigurava potrebna znanja i alate za primjenu stečenih teorijskih koncepata u praktičnim projektima, uključujući izradu vizualnog identiteta, plakata i drugih grafičkih elemenata te digitalnih vizuala, što omogućava integraciju teorijskog znanja s praktičnim vještinama.
Očekivani ishodi učenja na razini kolegija	• Prikazati relevantne teorije i pristupe iz područja vizualne komunikacije radi kritičke analize suvremenih medijskih sadržaja. • Analizirati ulogu tipografije, boje i oblika u formiranju vizualne poruke i njenom utjecaju na percepciju publike. • Kreirati vizualne identitete koristeći temeljne principe vizualnog dizajna, prilagođene specifičnim društvenim i kulturnim kontekstima. • Prepoznati osnovne karakteristike vizualne komunikacije u različitim razdobljima i njen utjecaj na medije. • Objasniti i kritički vrednovati učinkovitost vizualne komunikacije u različitim medijima. • Razviti strategije za poboljšanje vizualne komunikacije u digitalnim medijima. • Primijeniti znanja i vještine stečene kroz teoriju u izradi praktičnih projekata, uključujući vizualne identitete i različite grafičke forme.
Obveze studenta	
Literatura	
Obavezna	• Jamieson, H. (2007). Visual Communication: More than Meets the Eye. Intellect Ltd. • Josephson, S., Kelly, J. D., Smith, K. (2020). Handbook of visual communication: theory, methods, and media. Routledge. • Paić, Ž. (2008). Vizualne komunikacije: Uvod. Centar za vizualne studije. • Wheeler, A., Meyerson, R. (2024). Designing Brand Identity (6th ed.). John Wiley & Sons.
Dopunska	• Batchen, G. (2021). Negative positive: A history of photography. Routledge. • Gross, L., Katz, J. S., & Ruby, J. (1988). Image ethics: The moral rights of subjects in photographs, film and television. Oxford University Press. • Guffey, E. E. (2015). Posters: A global history. Reaktion Books. • Fiell, C., Fiell, P. (2024). Design of the 20th century. Taschen GmbH. • Fiske, J. (1990). Introduction to communication studies. Routledge. • Jenks, C. (2002). Vizualna kultura. Naklada Jesenski i Turk. • Lindwell, W., Holden, K., & Butler, J. (2010). Universal principles of design. Rockport. • Müller, J., Wiedemann, J. (eds). (2024). The history of graphic design (45th ed.). Taschen GmbH. • Peters, A. (2023). Logos that last. Rockport. • Zantides, E. (2014). Semiotics and visual communication: Concepts and practices. Cambridge Scholars Publishing.
Način ispitivanja i ocjenjivanja	

**Preduvjeti za dobivanje
potpisa i polaganje
završnog ispita**

1. Redovito pohađanje nastave – prisutnost na najmanje 70% nastave prema studijskom programu i izvedbenom nastavnom planu.
2. Uredno izvršene seminarske obveze – sudjelovanje na radionicama i izrada završnog projekta.
3. Stjecanje minimalnog uspjeha od 35% tijekom nastave unutar zadanih nastavnih aktivnosti – kumulativno ostvareno kroz završni projekt i na dva kolokvija.

Način polaganja ispita

Nastavne aktivnosti – sudjelovanje na radionicama i grafički portfelj; 1. kolokvij (pismeni) i 2. kolokvij (pismeni).

Način ocjenjivanja

Brojčana ljestvica ocjenjivanja studentskog rada je:

dovoljan (2) – 50–64,9%

dobar (3) – 65–79,9%

vrlo dobar (4) – 80–89,9%

izvrstan (5) – 90% i više

Način stjecanja ocjene:

1) Nastavne aktivnosti – 70% ocjene

a) sudjelovanje na radionicama i grafički portfelj – max. 20%

b) 1. kolokvij – max. 25%

c) 2. kolokvij – max. 25%

2) Završni ispit – 30% ocjene

Detaljan prikaz ocjenjivanja unutar Europskoga sustava za prijenos bodova

VRSTA AKTIVNOSTI	ECTS bodovi - koeficijent opterećenja studenata	UDIO OCJENE (%)
Pohađanje nastave	1.5	0
Grafički portfelj	0.7	20
Kolokvij - međuispit	0.88	25
Kolokvij - međuispit	0.88	25
Ukupno tijekom nastave	3.95	70
Završni ispit	1.05	30

UKUPNO BODOVA (nastava+zav.ispit)		5.00	100
Datumi kolokvija:			
Datumi ispitnih rokova:			
IV. TJEDNI PLAN NASTAVE			
Predavanja			
#	Tema		
1	Uvodno predavanje		
2	Uvod u vizualnu komunikaciju (pojam, semiotika, vizualna retorika)		
3	Brendovi i vizualna komunikacija		
4	Grafički dizajn i načela oblikovanja		
5	Boja u vizualnoj komunikaciji i psihologija boja		
6	Logotip i sustavi vizualnog identiteta		
7	Tipografija u vizualnoj komunikaciji		
8	Prvi kolokvij		
9	Plakat – uloga, povijest, dizajn i primjena		
10	Digitalna slika i grafika: rasterska/vektorska, omjeri, 3D, AR/VR		
11	Vizualna komunikacija na digitalnim platformama: formati, distribucija i UI/UX		
12	Etika i vizualna komunikacija: manipulacije, AI i „deepfake“ okruženje		
13	Strateška vizualna komunikacija u kampanjama i oglašavanju		
14	Vizualna komunikacija u političkoj sferi – kampanje, ideologije i propaganda		
15	Drugi kolokvij		
Seminari			
#	Tema		
1	Uvodno predavanje		
2	Studije slučaja		
3	Studije slučaja		
4	Uvod i osnove grafičkog alata Adobe Photoshop - radno okruženje		
5	Uvod i osnove grafičkog alata Adobe Photoshop – slojevi, kompozicija i uređivanje		
6	Logotip 1 – koncept i monokromni znak		
7	Logotip 2 – tipografske varijante, boje, varijante logotipa		
8	Prvi kolokvij		
9	Izrada osnovnog priručnika vizualnog identiteta (brand guidelines)		
10	Plakat 1 – kompozicija i vizualna hijerarhija		
11	Plakat 2 – finalizacija		

12	Letak i osnovna infografika
13	Brending digitalnih kanala, predlošci i varijante objava na društvenim mrežama
14	Izrada i finalizacija portfelja vizualne komunikacije brenda
15	Drugi kolokvij