



HRVATSKO
KATOLIČKO
SVEUČILIŠTE
ZAGREB
UNIVERSITAS
STUDIORUM
CATHOLICA
CROATICA
ZAGREBIA

Detaljni izvedbeni plan

Akademski godina:

2025/2026

Semestar:

Zimski

Studiji:

Komunikologija (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

Kratice kolegija: IZBP278

ECTS bodovi: 5

Šifra kolegija: 288366

Preduvjeti za upis kolegija: Nema

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:**

Izbor: docent

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	<p>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.</p>	
Očekivani ishodi učenja na razini kolegija	<ul style="list-style-type: none"> • 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. 	
<i>Literatura</i>		
Obavezna	<ul style="list-style-type: none"> • 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	<ul style="list-style-type: none"> • 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. 	
<i>Način ispitivanja i ocjenjivanja</i>		
Polaze se DA	Isključivo kontinuirano praćenje nastave NE	Ulazi u prosjek DA

**Preuvjeti 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 završnoga projekta.
3. Stjecanje minimalnog uspjeha od 35% tijekom nastave unutar zadanih nastavnih aktivnosti – kumulativno ostvareno kroz završni projekt i na dva kolokvija.

Način ocjenjivanja

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

Način polaganja ispita

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

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