



wersja sylabusu dostępna cyfrowo

Architektura wnętrz - masterclass (do wyboru) cz. 2, Pracownia 1

Interior Architecture – Masterclass (elective course) Part 2, Studio 1

Metryka przedmiotu

Program studiów dla przedmiotu obowiązujący od cyklu kształcenia: 2025/2026

Kierunek studiów: Architektura wnętrz

Rok i semestr studiów: Rok trzeci, Semestr szósty

Poziom kształcenia: Studia pierwszego stopnia

Profil kształcenia na kierunku: Praktyczny

Moduł kształcenia dla przedmiotu: Kierunkowy

Nazwa specjalizacji (jeśli przedmiot specjalizacyjny): Nie dotyczy

Status przedmiotu: Obligatoryjny

Liczba godzin

Tabela 1. Liczba godzin na studiach stacjonarnych i studiach niestacjonarnych

Forma zajęć	Liczba godzin studia stacjonarne	Liczba godzin studia niestacjonarne
Ćwiczenia	60	32
Razem za zajęcia dydaktyczne	60	32
Praca własna studenta	115	143
Ogółem	175	175

Liczba punktów ECTS

7 punktów ECTS

Forma zaliczenia

Tabela 2. Forma zaliczenia zajęć

Forma zajęć	Forma zaliczenia	Waga
Ćwiczenia	Zaliczenie na ocenę	100%



Wymagania wstępne

Brak wymagań wstępnych wynikających z następstwa przedmiotów.

Cele kształcenia przedmiotu

1. Poznanie zasad projektowania przestrzeni handlowych (sklep, showroom, butik) ze szczególnym uwzględnieniem psychologii zakupów i ekspozycji towaru.
2. Nabycie umiejętności kreowania ścieżki klienta i doświadczenia marki (Brand Experience) poprzez architekturę wnętrz.
3. Opanowanie warsztatu projektowania mebli ekspozycyjnych i oświetlenia akcentującego produkt.

Efekty uczenia się

Wiedza

Tabela 3. Efekty uczenia się w zakresie wiedzy

Lp.	Efekty przedmiotowe	Odniesienie do efektów kierunkowych	Metody weryfikacji efektów uczenia się
W1	Student zna zasady Visual Merchandisingu, wymogi techniczne dla lokali handlowych oraz specyfikę oświetlenia ekspozycyjnego	AW_UW01	Ocena projektu koncepcyjnego (rzuty, widoki); Weryfikacja ergonomii miejsc siedzących

Umiejętności

Tabela 4. Efekty uczenia się w zakresie umiejętności

Lp.	Efekty przedmiotowe	Odniesienie do efektów kierunkowych	Metody weryfikacji efektów uczenia się
U1	Student potrafi prowadzić działania projektowe dla funkcji handlowej, tworząc układy wspierające sprzedaż i komfort klienta	AW_UW01	Projekt układu funkcjonalnego sklepu (zoning); Analiza ścieżki klienta
U2	Student potrafi tworzyć unikalne koncepcje stylistyczne dla marki (retail design), budując jej rozpoznawalność poprzez formę i kolor	AW_UW02	Prezentacja moodboardu i wizualizacji witryny sklepowej
U3	Student potrafi zaprojektować autorskie meble ekspozycyjne (gondole, regały, laby), wykorzystując znajomość materiałów i konstrukcji	AW_UW03	Rysunek techniczny detalu mebla ekspozycyjnego



Lp.	Efekty przedmiotowe	Odniesienie do efektów kierunkowych	Metody weryfikacji efektów uczenia się
U4	Student potrafi rozwiązywać problemy funkcjonalne (magazyn, przymierzalnie, kasa), definiując optymalne warunki dla personelu i klientów	AW_UW06	Weryfikacja ergonomii strefy kasowej i przymierzalni
U5	Student potrafi stosować narzędzia komunikacji wizualnej (oznakowanie, witryna) w celu przyciągnięcia uwagi odbiorcy	AW_UW18	Projekt witryny sklepowej i systemu nawigacji w sklepie
U6	Student potrafi prezentować projekt w sposób perswazyjny, używając języka korzyści i terminologii marketingowej	AW_UK01	Symulacja prezentacji dla klienta korporacyjnego (sieciowego)

Kompetencje społeczne

Tabela 5. Efekty uczenia się w zakresie kompetencji społecznych

Lp.	Efekty przedmiotowe	Odniesienie do efektów kierunkowych	Metody weryfikacji efektów uczenia się
K1	Student jest gotów do kreatywnego reagowania na zmiany w zachowaniach konsumenckich i trendach w handlu detalicznym	AW_KK01	Dyskusja o nowych trendach (np. phygital retail) w kontekście projektu
K2	Student jest gotów do dbania o etykę projektową i dostępność przestrzeni handlowej dla wszystkich grup użytkowników	AW_KR03	Analiza dostępności sklepu dla osób z niepełnosprawnościami

Treści kształcenia

Tabela 6. Treści kształcenia

Lp.	Treść kształcenia (tematyka zajęć)	Liczba godzin wykładów studia stacjonarne	Liczba godzin wykładów studia niestacjonarne
1	Specyfika Retail Design: Rodzaje przestrzeni handlowych, zachowania konsumenckie, rola architekta w budowaniu sprzedaży	5	2,5
2	Zoning i ścieżka klienta: Strefy gorące i zimne, układ obiegowy vs rusztowy, strefa dekompresji (wejście)	5	2,5
3	Visual Merchandising (VM): Zasady ekspozycji towaru, poziomy wzroku, rytm, symetria, color blocking	4	2
4	Projektowanie witryny: Witryna otwarta vs zamknięta, oświetlenie witryny, scenografia sezonowa – „sprzedawca 24h”	5	2,5



Lp.	Treść kształcenia (tematyka zajęć)	Liczba godzin wykładów studia stacjonarne	Liczba godzin wykładów studia niestacjonarne
5	Meble ekspozycyjne: Systemy ściennie, gondole, stoły ekspozycyjne – projektowanie modułowe i elastyczne	4	2
6	Strefa kasy i obsługi: Ergonomia lady kasowej, impulsowe zakupy, zaplecze socjalne i magazynowe	4	2
7	Przymierzalnie (dla mody): Oświetlenie (CRI), lustra, komfort, akustyka i prywatność	5	2,5
8	Oświetlenie w handlu: Światło ogólne a akcentujące, temperatura barwowa a rodzaj produktu, współczynnik oddawania barw	6	3
9	Materiały i wytrzymałość: Podłogi obiektowe, odporność na ścieranie, łatwość utrzymania czystości	5	3
10	Branding przestrzenny: Logo, kolorystyka firmowa, spójność online-offline (omnichannel)	7	4
11	Dokumentacja wykonawcza: Rzuty aranżacji, sufitów (szynoprzewody), elektryki, widoki ścian	10	6
Razem		60	32

Metody kształcenia

Metody podające: wykład o psychologii zakupów i organizacji wnętrza

Metody praktyczne: Projektowanie wnętrza butiku lub showroomu (metoda projektu)

Formy pracy: praca indywidualna

Warunki zaliczenia

Tabela 7. Warunki zaliczenia zajęć

Sposób zaliczenia	Wagi (%)
Przygotowanie projektu zaliczeniowego	50
Wykonanie zadań / ćwiczeń / projektu podczas zajęć	50
Razem	100%



Rozliczenie pracy własnej studenta

Tabela 8. Czynności i liczba godzin pracy własnej

Czynności w ramach pracy własnej	Szacowana liczba godzin studia stacjonarne	Szacowana liczba godzin studia niestacjonarne
Research i analiza konkurencji (wizyty w galeriach handlowych)	20	27
Opracowanie strategii ekspozycji (planogramu)	30	37
Projekt mebli i oświetlenia	25	29
Wykonanie wizualizacji i dokumentacji technicznej	25	30
Lektura zadanych materiałów	15	20
Razem	115	143

Literatura obowiązkowa

1. Mesher L., Retail Design, Wydawnictwo Bloomsbury Visual Arts, 2019.
2. Pegler M.M., Visual Merchandising and Display, Fairchild Books, 2018.

Literatura uzupełniająca

Morgan T., Laurence King Publishing, Wydawnictwo Laurence King, 2021.