

## Kurzusleírás (tematika)

Kurzus neve: K+F+I – Brand kutatás 2. – MÁV brand//rebrand

A kurzus oktatója/i, elérhetősége(i):

Vargha Balázs, [vargha.b@mome.hu](mailto:vargha.b@mome.hu)

Schmidt Andrea, [schmidt@mome.hu](mailto:schmidt@mome.hu)

Kód:	Tantervi hely:	Javasolt félév: BA 4., 6. félév MA 2. félév	Kredit: 5	Tanóraszám: 48 Egyéni hallgatói munkaóra: 102
Kapcsolt kódok:	Típus: elmélet, gyakorlat	Szab.vál-ként felvehető-e? Igen	Szab.vál. esetén sajátos előfeltételek:	

A kurzus kapcsolatai (előfeltételek, párhuzamosságok):

A kurzus célja és alapelvei:

A tárgy célja, hogy a hallgató egyéni tanulási céljaihoz, tanulási tervének megvalósulásához hozzájáruljon azáltal, hogy kitekintésre ad lehetőséget saját szűkebb-tágabb szakterületének határain túlra; vagy további elmélyülésre ad lehetőséget egy adott probléma vizsgálatában.

Tanulási eredmények (fejlesztendő szakmai és általános kompetenciák):

Tudás:

- Érti a szűkebb szakterületén kívüli vagy szélesebb összefüggéseket, felvetéseket, megközelítéseket.
- Ismer szakterületén túli vagy szélesebb problémavilágokat, megközelítéseket, megoldásmódokat.

Képesség:

- Szakterületén túli vagy szélesebb gondolkörökben tájékozódik.
- Kommunikál szakterületén túli vagy szélesebb gondolkodásmóddal rendelkezőkkel.

Attitűd:

- Nyitott saját szakterülete határainak átlépésére.
- Törekszik más területeken történő tájékozódásra, ismeretszerzésre.

Autonómia és felelősségvállalás:

- Önállóan tájékozódik szakterületén túli ismeretekről.
- Önállóan képviseli saját szakmai álláspontját és együttműködik más gondolkörök képviselőivel.

A kurzus keretében feldolgozandó témakörök, témák:

- brand kutatás – design research: a brand, mint kommunikációs eszköz és mint kulturális jelenség
- ikonikus nemzetközi és hazai brand-ek elemzése (British Railways, Swissair, Malév)
- a közlekedés rendszere, mint kommunikációs médium vizsgálata
- design thinking, service design, user experience

A kurzus során alkalmazott KFI módszerek, eszközök:

- design kutatás a brand fejlesztés szakmai területén
- célzott interjúk készítése a MÁV különböző területeinek képviselőivel
- a kutatás során és az interjúkban összegyűjtött adatok, információk rendszerezése
- információ elemzése, szintézise
- kutatási dokumentáció készítése

Tanulásszervezés/folyamatszervezés sajátosságai:

A kurzus menete, az egyes foglalkozások jellege és ütemezésük

A kurzus két fő részből áll:

1. Design Research – témakutatás (meghívott szakértő előadók), terepmunka (helyszínek felmérése, interjúk készítése)  
vezető: Schmidt Andrea

2. Szintézis – adatfeldolgozás, rendszerezés, dokumentáció, vizualizáció  
vezető: Vargha Balázs

A hallgatók tennivalói, feladatai:

- aktív részvétel a kutatási szakasz fázisaiban
- interjúk készítése a kutatásba bevont személyekkel
- az információ rendszerezése, szintézise és ezek dokumentálása

A tanulás környezete:

- tanterem
- külső helyszín

Értékelés:

Teljesítendő követelmények:

- a kutatási anyagok feldolgozása
- összegző kutatási dokumentáció készítése

Értékelés módja:

- szóbeli felelet, prezentáció

Az értékelés szempontjai:

- A kutatási folyamat koherenciája
- Az összegző kutatási dokumentáció tartalmi/formai minősége

Az érdemjegy kiszámítása:

- A kutatási folyamat – 50%
- Produktum (összegző kutatási dokumentáció minősége) – 50%

Kötelező irodalom:

Ajánlott irodalom:

- Design Thinking: Integrating Innovation, Customer Experience, and Brand Value, Thomas Lockwood, Allworth Press, New York, 2009
- Pictograms Icons & Signs, Rayan Abdullah, Roger Hübner, Thames & Hudson, 2006
- Logo Design Love: A Guide to Creating Iconic Brand Identities, David Airey, New Riders, 2015

Egyéb információk:

Máshol/korábban szerzett tudás elismerése/validációs elv: nem lehetséges

Tanórán kívüli konzultációs időpontok és helyszín: