

Kurzusleírás (tematika)

Kurzus neve: Kreatív stratégiák 1. / Print				
A kurzus oktatója/i, elérhetősége(i): Nagy László (nagy.laszlo@g.mome.hu)				
Kód: B-TG-301 Print	Tantervi hely: BA	Javasolt félév: 3.	Kredit: 5	Tanóraszám: 48 Egyéni hallgatói munkaóra: 102
Kapcsolt kódok:	Típus: gyakorlat-orientált	Szab.vál-ként felvehető-e? Nem	Szab.vál. esetén sajátos előfeltételek:	
A kurzus kapcsolatai (előfeltételek, párhuzamosságok): előfeltétel: Vizuális identitás 1., Kommunikáció design 1.				
<p>A kurzus célja:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grafikai tervezési alapkészségek megszerzése a marketingkommunikáció szakmai területein <p>A kurzus alapelvei:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gyakorlati helyzetek • Probléma-fókuszú megközelítés • Folyamat-orientált metódusok • Integráltan beépülő szakmai specifikumok és szakelméleti ismeretek 				
<p>Tanulási eredmények (fejlesztendő szakmai és általános kompetenciák):</p> <p>Tudás:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ismeri a tervezőgrafika alapvető ötletfejlesztési, értékelési és szelekciós módszereit • Érti az alkotói/tervezői folyamat különböző szakaszait/fázisait és azt, hogy ezek hogyan realizálódnak saját alkotói/tervezői munkájában • Tervezői/alkotó tevékenysége során kilép a megszokott keretrendszerekből és új koncepciókat, innovatív megoldásokat fejleszt • Alapszintű szakmai és technikai tudással rendelkezik tervezői/alkotói/ művészi elképzeléseinek megvalósításához • Ismeri a szakmájában alkalmazott legfontosabb prezentációs eszközöket, stílusokat és csatornákat • Alapszintű tudással rendelkezik a retorikai formákról, stílusokról • Alapvető ismeretekkel rendelkezik saját művészeti ága egyes részei, továbbá más művészeti ágak, valamint más szakterületek, kiemelten a gazdasági, egészségügyi és szociális, valamint (info)technológiai szakterületek közötti kapcsolódásokról • Alapszintű szakmai és technikai tudással rendelkezik tervezői/alkotói/ művészi elképzeléseinek megvalósításához <p>Képesség:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Képes a tervezőgrafikai alkotói gyakorlat során tudatos és kreatív munkára, rutin szakmai problémák azonosítására és megoldására • Megszerzett tudása révén képes a tervezői/alkotói tevékenysége során szociális, kulturális, művészeti, politikai, ökológiai, gazdasági és etikai szempontok integrálására • Jól-informált véleményt alkot tervezőgrafikai koncepciókról és megoldásokról • Releváns adatokat gyűjt és interpretál tervezői/alkotói koncepciók fejlesztéséhez • Hatékonyan képes használni a tevékenysége alapjául szolgáló technikai, anyagi és információs forrásokat • Ismeretei révén képes az adott tervezői/alkotói folyamathoz megfelelő eszközt, módszert és technológiát alkalmazni terve megvalósításához 				

- A tanulmányai során szerzett tapasztalatokra támaszkodva képes a tudásanyag analízisére, feldolgozására és kezelésére, valamint képes saját művészeti ágán belül kritikai hozzáállást érvényesíteni

Attitűd:

- Tudatosan gondolkodik alkotásainak társadalmi vonatkozásairól
- Nyitottan és kommunikátívan vesz részt projektek kialakításában vagy formálásában

Autonómia és felelősségvállalás:

- Önállóan tájékozódik és valósítja meg saját művészeti koncepcióit
- Különböző technikai elvárások szerinti helyzetekben mozgósítja tudását és képességeit
- Elfogadja és hitelesen közvetíti szakterületének társadalmi szerepét, értékeit

A kurzus keretében feldolgozandó témakörök, témák:

- Marketingkommunikáció
- Kommunikációs eszközök
- Csomagolástervezés
- Tervezőmódszertan
- Print médiumok hatásmechanizmusának sajátosságai
- Print alapú gyártástechnológia
- Desktop Publishing (DTP)

Tanulásszervezés/folyamatszervezés sajátosságai:

A kurzus menete, az egyes foglalkozások jellege és ütemezésük (több tanár esetén akár a tanári közreműködés megosztását is jelezve):

- Feladatismertetés, téma-konzultáció, célok és elvárások ismertetése (szeminárium, konzultáció)
- Szakelméleti ismeretek, a témakutatás módszerei (szeminárium)
- Szakmai és technikai specifikumok (szeminárium)
- A témával kapcsolatos ismeretbővítés és a szempontrendszer kialakítása (előadás, szeminárium)
- Probléma-térkép és -analízis (konzultáció)
- A tervezési folyamat tudatos felépítése (konzultáció)
- Koncepciófejlesztés (konzultáció)
- Hatáselemzés, teszt fázis (konzultáció)
- Vázlatterv prezentáció (szeminárium)
- Technikai kivitelezés, modellezés, prototípus (műhelymunka)

A hallgatók tennivalói, feladatai:

- Aktív részvétel a szemináriumokon és a konzultációkon
- Önálló felkészülés és kiselőadás egy, a kurzus oktatója által kiadott témával kapcsolatban
- A témakutatás, a koncepció és a tervezési folyamat dokumentálása és bemutatása prezentációs formában
- A tervek szakszerű technikai előkészítése nyomtatásra, modellezésre

A tanulás környezete:

- tanterem
- külső helyszín
- műhely

Értékelés:**Teljesítendő követelmények:**

- **Prezentáció, amely bemutatja:**
 - témakutatást
 - koncepció kialakítását
 - tervezési folyamat fázisait
 - kész tervek dokumentációját
- **Makett/prototípus bemutatása**
- **A tervdokumentáció leadása/feltöltése a megadott határidőre és megadott technikai paramétereknek megfelelően**
- **Makett/prototípus elkészítése és leadása fotózásra alkalmas kiviteli minőségben**
- **Aktív részvétel a tanórák min. 60%-án**

Értékelés módja:

- szóbeli felelet, prezentáció

Az értékelés szempontjai:

- A kutatási–tervezési–kivitelezési folyamat koherenciája
- A végeredmény funkcionális, esztétikai minősége

Az érdemjegy kiszámítása:

- Folyamat (a teljes design folyamat és a dokumentáció tartalmi színvonala) – 50%
- Produktum (a kész terv, makett/prototípus és a dokumentáció esztétikai minősége) – 50%

Kötelező irodalom:

- Lucienne Roberts: Good - An Introduction to Ethics in Graphic Design, 2006, Bloomsbury
- Brian Sheehan: Basics Marketing 03 - Marketing Management, 2011, Bloomsbury
- Nancy Skolos and Thomas Wedell: Graphic Design Process - From Problem to Solution, 2012, Laurence King
- Adrian Shaughnessy: Graphic Design - A User's Manual, 2006, Laurence King
- Adrian Shaughnessy: How to be a Graphic Designer Without Losing Your Soul, 2010, Laurence King

Ajánlott irodalom:**Egyéb információk:****Máshol/korábban szerzett tudás elismerése/ validációs elv:****Tanórán kívüli konzultációs időpontok és helyszín:**

Feladtleírás

Buy Nothing Day 2021 - print protest kampány

Kurzus:

Kreatív Stratégiák

Témavezető:

Nagy László

Konzulens:

Falvay László

Feladatkiadás:

2021. 09. 07., 13:40

A kurzus időpontjai:

Kedd 13:40–16:30

Szerda 13:40–16:30

Csütörtök 13:40–16:30

Helyszín:

M_012A, BA Otthontér (B_202), Covid esetén online

Téma

Társadalmi érzékenyítő print kampány tervezése a *Buy Nothing Day 2021* (Ne vásárolj semmit 2021) nemzetközi megmozdulás támogatására, népszerűsítésére.

https://en.wikipedia.org/wiki/Buy_Nothing_Day

<https://www.daysoftheyear.com/days/buy-nothing-day/>

Tartalom

Magyarországon 2004, a világ több mint hatvan országában pedig már 1992 óta a környezetvédő, és más fogyasztás kritikus szervezetek minden év novemberének utolsó péntekén arra kívánjuk felhívni a figyelmet, hogy a civilizációnk által diktált túlfogyasztás számtalan káros környezeti és társadalmi következménnyel jár. A reklámok, a fősodró média által közvetített ideálok, amelyek már kiskorunk óta befolyásolják világképünket, arra ösztönöznek, hogy minél több, minél gyorsabban és minél drágábban kielégítendő szükségleteink legyenek. Mindeközben elterelődik a figyelem arról, hogy a fogyasztói

boldogságérzetet fenntartó termékek előállítására többnyire hosszú távon fenntarthatatlan mértékben veszi igénybe környezetünket.

A feladat célja, hogy az eseményhez tervezett kreatív print kampányon keresztül a lakosság objektíven kapjon tájékoztatást az esemény lényegi üzeneteiről, valamint lehetőleg minél szélesebb körben bevonja őket a megmozdulásba, hosszú távon motiválja a változtatásban való részvételre.

A feladat

A feladat során az eseményt népszerűsítő kampány arculatát, valamint kreatív print megjelenéseit kell elkészíteni egyénileg választható köztéri-, sajtó, valamint kísérleti/ambient/guerilla-marketing típusú marketing és média felületekre.

A feladat teljesítése

A feladat végeredményét az 5-hetes kurzus végéig kell elkészíteni és bemutatni. A teljes időszak három alap szakaszra oszlik, melyek részteljesítésekkel végződnek:

1. Témakutatás

- A Buy Nothing Day mozgalom megismerése, üzeneteinek analitikus elemzése
- Hasonló jellegű társadalmi érzékenyítő kampány példák gyűjtése
- Kampánystratégia/Short brief kidolgozása
- Hívószavak, szlogenek gyűjtése/kitalálása

2. Konceptió tervezés

- Tartalmi koncepció kialakítása
- Médiumok, vizuális felületek meghatározása
- A kampánykonceptió részelemeinek rendszerbe illesztése
- A projekt vizuális karakterének kialakítása
- Vázlat- és látványtervek készítése, melyek bemutatják a kampány teljes koncepcionális felépítését

3. Kivitelezés

- A kampány vizuális alapelemeinek dokumentációja
- A kampányhoz rendelt print alapú médiafelületek teljes körű grafikai kidolgozása

4. Prezentáció

- A teljes tervezési folyamatot és a végeredményt bemutató prezentáció (vázlatok, tervezési folyamat, próbanyomatok, pdf prezentáció)

Ütemezés

1. **Témakutatás: 09.07.–09.10.**
2. **Koncepció tervezés: 09.13.–09.17.**
3. **Kivitelezés: 09.20.–10.06.**
4. **Prezentáció, értékelés: 10.07.**

Értékelés

Az értékelés a kurzus utolsó napján, a záró prezentációkkal egy időben történik, október 7-én. Az itt kapott osztályzat a kurzus év végi osztályzatába részjegyként fog beszámítani!

Értékelési szempontok:

- alapvető szakmai, tördelési, képfeldolgozási, nyomdai szabályok alkalmazása
- a vizuális- és kampány koncepció értelmezhetősége, hatása
- vizuális és strukturális egység következetes megtartása
- grafikai látványvilág