

Kurzusleírás (tematika)

Kurzus neve: Kreatív stratégiák 2. / Screen				
A kurzus oktatója/i, elérhetősége(i): Hegyi Béla (bhegyi@g.mome.hu)				
Kód: B-TG-501 Screen	Tantervi hely: BA	Javasolt félév: 5.	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: Kreatív stratégiák 1., Kontextuális design 1.				
<p>A kurzus célja:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grafikai tervezési ismeretek fejlesztése 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"> • Jártas a szakmaspecifikus tervezési módszertanban • Magas szintű szakmai és technikai tudással rendelkezik tervezői/alkotói/ művészi elképzeléseinek megvalósításához • Ismeri a tervezőgrafika alapvető tervezésméleti koncepcióit és múltbéli, illetve kortárs alkalmazási módjait • Széleskörű tudása van a kreativitás mibenlétéről és fejlesztetőségéről <p>Képesség:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tudását, intuícióját és ötleteit mint hajtóerőt alkalmazza tervezési/alkotói koncepciók fejlesztésére és alkalmazására • Kreativitását képes komplexen alkalmazni • 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 • Képes alkalmazni szakmája etikai normáit • Szakmaspecifikus tervezési módszertan alkalmazásával tervez és menedzsel kisléptékű tervezőgrafikai projekteket <p>Attitűd:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tudatos a tervezőgrafika szociális, kulturális, művészeti, politikai, ökológiai, gazdasági és etikai kontextusban elfoglalt pozíciójával kapcsolatban • A különböző társadalmi és kulturális csoportokkal és közösségekkel szemben befogadó, toleráns és empatikus • Nyitott az új ismeretekre, módszerekre, kreatív, dinamikus megvalósítási lehetőségekre • Törekszik szakmája etikai normáinak betartására 				

- Nyitott más művészeti ágakra/más szakterületekre, együttműködésre és közérthető kommunikációra törekszik azok szereplőivel
- Alkotó / tervező munkájában – ahol az releváns – az interdiszciplinaritásra törekszik
- Tudatos a tervezőgrafika szociális, kulturális, művészeti, politikai, ökológiai, gazdasági és etikai kontextusban elfoglalt pozíciójával kapcsolatban

Autonómia és felelősségvállalás:

- Önállóan tájékozódik és valósítja meg saját művészeti koncepcióit
- Szakmai orientációja kialakult
- Kialakult és megszilárdult ízléssel, kritikai érzékkel rendelkezik
- A tervező/alkotó projekt csapat tagjaként felelősséget vállal nagyléptékű tervezőgrafikai projektek kisebb részeiért
- Felismeri tervező / alkotó művészeti tevékenységének közösségi és társadalmi hatásait
- Elfogadja és hitelesen közvetíti szakterületének társadalmi szerepét, értékeit
- Képes alkalmazottként dolgozni, belehelyezkedni alkalmazotti, alvállalkozói helyzetekbe

A kurzus keretében feldolgozandó témakörök, témák:

- Vizuális rendszerek
- Multiplatform helyzetek
- A vizuális identitás kérdései
- Tervezés módszertani ismeretek
- Interaktivitás
- Online platformok rendszer-sajátosságai
- Screen alapú gyártástechnológia

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)
- Vázlattevé 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, digitális modellezés

A tanulás környezete:

- tanterem
- külső helyszínen
- digitális labor

Értékelés:**Teljesítendő követelmények:**

- **Prezentáció, amely bemutatja:**
 - témakutatást
 - koncepció kialakítását
 - tervezési folyamat fázisait
 - kész tervek dokumentációját
- **Digitális makett/prototípus készítése és bemutatása**
- **A tervdokumentáció leadása/feltöltése a megadott határidőre és megadott technikai paramétereknek megfelelően**
- **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:

- 1) Design Thinking: Integrating Innovation, Customer Experience, and Brand Value, Thomas Lockwood, Allworth Press, New York, 2009
- 2) Graphic Design Theory: Readings from the Field, Helen Armstrong, Princeton Architectural Press, New York, 2009
- 3) Graphic Design Referenced, Bryony Gomez-Palacio, Armin Vit, Rockport Publishers, 2009

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

Feladtleírás

Buy Nothing Day 2021 — screen kampány

Kurzus:

Kreatív Stratégiák

Témavezető:

Hegyi Béla

Konzulens:

—

Feladatkiadás:

2021. 09. 07., 13:40

A kurzus időpontjai:

1,5.héten:

Kedd 13:40–16:30

Szerda 13:40–16:30

Csütörtök 13:40–16:30

2,3,4. héten:

Kedd 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 főszórú média által közvetített ideálok, amelyek már kiskorunk óta befolyásolják világgépünket, arra ösztönöznek, hogy minél több, minél gyorsabban és minél drágábban kielégítendő szükségleteink legyenek. Mindeközben elterelődik a figyelem arról, hogy a fogyasztói boldogságérzetet fenntartó termékek előállítása 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 arcukat, valamint kreatív screen megjelenéseit kell elkészíteni egyénileg választható social, 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 konceptió 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 screen 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

