

Kurzusleírás (tematika)

Kurzus neve: Társadalmi és pszichológiai stúdiók – A reklámpszichológia összetevői – kreativitás, UX design, felhasználói élmény, társas befolyásolás				
A kurzus oktatója/i, elérhetősége(i): Lázár Gyopárka, lazar.gyoparka@mome.hu/gyopi96@gmail.com				
Kód: B-AE-501-2C	Kapcsolódó tanterv (szak/szint): ESBA	A tantárgy helye a tantervben (szemeszter): 3–5. félév	Kredit: 5 (előadással együtt)	Tanóraszám: 24 Egyéni hallgatói munkaóra: 51
Kapcsolt kódok:	Típus: Szeminárium	Szab.vál-ként felvehető-e? Nem.	Szab.vál. esetén sajátos előfeltételek:	
A kurzus kapcsolatai (előfeltételek, párhuzamosságok): A kurzust a B-AE-501-1 kódú előadással együtt kell felvenni.				
A kurzus célja és alapelvei: Az egyéni és társas észlelés fejlődése gyermekkorban című tárgy célja megismertetni a hallgatókkal a gyermekkori vizuális észlelési folyamatok fejlődését, a gyermekkori gondolkodásmód, kreativitás, nyelvfejlődés, elmétopia egyéni és társas aspektusainak kialakulásáról szóló pszichológiai alapfogalmakat és legfontosabb elméleti megközelítéseket.				
Tanulási eredmények (fejlesztendő szakmai és általános kompetenciák): Tudás: (1) A hallgató ismeri a legfontosabb reklámpszichológiai jelenségeket, folyamatokat, illetve azok történeti alakváltozatait. (2) A reklámpszichológiai jelenségek értelmezéséhez és elemzéséhez alapszintű elméleti ismeretekkel és fogalomkészlettel rendelkezik. (3) Alapszinten ismeri az alkotómunka (pl: weboldal pszichésen vonzó elrendezése) és a befogadás (egyéni, társas, termékek észlelése) pszichológiai vonatkozásait gyermekkorban. Képesség: (1) A hallgató képes globális keretek között és történeti összefüggéseiben értelmezni az egyes reklámpszichológiai jelenségeket és folyamatokat. (2) Képes multidiszciplináris, az egyes szakterületek sajátos szemléletét összeegyeztető gondolkodás és problémamegoldás elsajátítására. (3) Megalapozott véleményét képes szóban és írásban, magyarul és egy idegen nyelven, választékosan és logikusan felépítve kifejezni. Attitűd: (1) A gyermekkori észlelési, kognitív, társas és egyéni jelenségekkel és folyamatokkal kapcsolatban képes kritikai reflexiókat megfogalmazni és önállóan véleményt alkotni.				

Autonómia és felelősségvállalás:

(1) Megértően fordul a társadalmi és kulturális szempontból hátrányos helyzetű csoportok felé és alkotómunkájában törekszik a társadalmi felelősségvállalás alapelveit érvényesíteni.

(2) Tisztában van a technológiai fejlődés globális kockázataival és törekszik a környezettudatos, a környezeti és társadalmi fenntarthatóság szempontjait figyelembe vevő alkotómunkára.

A kurzus keretében feldolgozandó témakörök, témák:

1. Bevezetés, saját gondolatok a témában (miért fontos reklámpszichológia, mi a célja?)
2. Reklámpszichológia 1. – Gyökerei, jelentősége, példák a mindennapi életben
3. Reklámpszichológia 2. – Művészetpszichológia (formák, színek, egyéni igények, egyediség)
4. Az alkotás, a Flow élmény
5. Kreativitás és annak mérési módszerei, miért kell a vásárlók eléréséhez?
6. UX design – felhasználói élmény 1. (Alapvető fogalmak)
7. UX design – felhasználói élmény 2. (weblapfejlesztés, konkrét folyamat példa)
8. A termék egyedisége és/vagy a tömegtermelés
9. Marketing – jó marketing, rossz marketing – mitől lesz eladható egy termék?
10. Új reklámfelületek (pl: influenszerek) és ezek hátrányai, előnyei művészek számára
11. A művészetben alkalmazható marketing típusok összefoglalása
12. Saját design ötletek bemutatása, közös értékelése.

Tanulásszervezés/folyamatszervezés sajátosságai:

Az oktatás rendjéhez igazodva, tervezetten tantermi környezetben. A hallgatók feladatai az órai részvétel, írásbeli beadandó vagy félév végi prezentáció készítése.

Értékelés:

Teljesítendő követelmények: aktív, írásban vezetett órai részvétel, az utolsó órán prezentáció (vagy beadandó) megtartása egy kiválasztott művészeti alkotással/termékcsoporttal kapcsolatban, annak sajátosságainak ismertetése, az eladási szempontok figyelembevétele és a marketing folyamat megszervezése, pro – és kontra érvek ismertetése. Kreatív munka, nem szükséges gyakorlatban elkészített modell és marketing hozzá.

Értékelés módja: gyakorlati jegy, ötfokozatú osztályzat: 1-5

Az érdemjegy kiszámítása:

A szeminárium és az előadás értékelése együttesen zajlik. A tantárgy teljesítéséhez mindkét részből érvényes elégtelentől különböző osztályzattal kell rendelkeznie a hallgatónak. Amennyiben a hallgató a tantárgy bármely részéből elégtelen osztályzatot szerez, vagy egyik részét nem teljesíti az egész tantárgy ismétlése szükséges. A tantárgy végső érdemjegyének megállapítása a szeminárium jegy 60%-os és az előadásra kapott jegy 40%-os átlagolásával történik. Az értékelés során a félév végi előadás a legfontosabb.

Ajánlott irodalom:

Pásztor Dávid (2016). UX Design. UX Studio Zrt., Budapest.

Egyéb információk:

Időpont: Kedd 15:10 – 16:30 terem

Máshol/korábban szerzett tudás elismerése/ validációs elv:

részleges beszámítás/elismerés lehetséges

Tanórán kívüli konzultációs időpontok és helyszín: Előre egyeztetett időpontban online vagy személyesen.