

## **STUDIO ZA PROMOCIJO IN CELOSTNO GRAFIČNO PODOBO PRODUKTA**

**NOSILEC:** Doc. mag. Barbara Dovečar

**ECTS:** 14 ( 30 ur predavanj; 110 ur vaj; 210 ur samostojnega dela)

### **VSEBINA:**

Studijsko delo je sestavljeno iz postopkov pristopa Dizajn Managementa, ki so pogoj za razvoj izdelkov in storitev, ne glede na to ali gre za grafično oblikovanje izdelkov in storitev ali industrijsko oblikovanje izdelka.

Študent izbere podjetje in na osnovi praktičnega dela, načrtovalsko pristopa v razmišljanju preko štirih ključnih področij Dizajn Managementa. Ta področja temeljijo na storitvi, prostoru, komunikaciji in izdelku, kot štirih temeljnih področjih upravljanja Dizajn Managementa. Študenti naredijo analizo izdelka (produkta) ali storitve. Študent na osnovi tega predvidi in začrta možnosti sistemskih rešitev in predvidi ustrezno implementacijo novega produkta ali storitve v samo podjetje in na trg, ne glede na to ali je produkt ali storitev temelji na grafičnem ali industrijskem oblikovanju.

### **PREDVIDENI ŠTUDIJSKI REZULTATI:**

Poznavanje in razumevanje procesov in terminologije Design Managementa z vidika promocije in celostne grafične podobe produkta

Razumevanje vseh vizualnih manifestacij v določenem podjetju, kot tudi razumevanje procesa razvoja izdelkov in storitev.

Koncept in oblikovanje lastnega grafično - oblikovanega izdelka preko vseh procesnih faz Design Managementa, kot model za implementacijo novega produkta ali storitve.

Oblikovanje priročnika celostne grafične podobe za produkt, ki vključuje vse ključne segmente kot so: osnovni elementni identifikacije produkta, osnovne tiskovine, ki se vežejo na produkt, trajnostno in pametno embalažo, promocijo (kasično tiskano oglaševanje in sodobno spletno pojavljanje: spletna stran, socialna omrežja, spletno oglaševanje, ...)

Sposobnost analiziranja izbranega produkta skozi vse faze procesov Design Managementa na grafično – oblikovalskem nivoju.

Sposobnost interpretacije (znane) konceptov s področja lokalne in globalne kulture, umetnosti, življenja, ...;

Sposobnost argumentacije in prezentacije svojih rešitev in obrazložitve, kako prispeva k prepoznavnosti identitete inštitucije/dogodka/blagovne znamke;  
pozna strokovno terminologijo in literaturo v slovenskem in angleškem jeziku.