

## **MODNO KOMUNICIRANJE**

**NOSILEC:** Tea Hegeduš, višji predavatelj

**ECTS:** 3 (15 ur predavanj; 15 ur vaj; 45 ur samostojnega dela)

### **VSEBINA:**

Predmet ponuja teoretična in praktična znanja na področju modnega komuniciranja, ki so v luči sodobnega procesa demokratizacije mode, postala pomemben dejavnik tržnega uspeha. Uvaja kritičen uvid v novo nastale možnosti v modni industriji, ki namesto poklica in kompetenc modnega oblikovalca, izpostavljajo novo nastalo potrebo po kakovostni vsebini v besedni in slikovni obliki. Pri tem izpostavlja temeljne teorije in ključne vidike sinergije modne in komunikacijske teorije, razumevanja modnega porabnika skozi kompleksnost zunanjih in notranjih dejavnikov ter uvajanje in kritično analizo sodobnih praks s pomočjo katerih je modno sporočilo mogoče kreativno komunicirati in promovirati skozi različne medije in kurikulum, ki med drugim zajema znamčenje, trende, styling, fotografijo, grafično oblikovanje, menedžment dogodkov, vizualni merchandising, bloging kot tudi inovativno uporabo novih digitalnih platform.

Pomemben del predmeta je projektno delo, kjer je poudarek na problemskem reševanju nalog, razumevanju ciljnih skupin, osnov marketinga in briefinga. Projektno delo omogoča medpredmetno povezovanje že osvojenih znanj, prenos teoretičnega znanja v prakso in razvijanje novih znanj. omogoča celovito in kritično razumevanje praks modnega stilizma znotraj globalnega trga.

### **PREDVIDENI ŠTUDIJSKI REZULTATI:**

- Študent razume zakonitosti modnega komuniciranja in pozna temeljne komunikacijske pojme, spozna različne pristope in oblike modnega komuniciranja, razvije spretnost oblikovanja lastnega komunikacijskega koncepta, pojasni pomen razumevanja modnega porabnika v komunikacijski praksi in zna povezovati različne segmente modnega komuniciranja ter jih združevati v tržno uspešne projekte.
- Pridobljeno znanje zna uporabiti v praksi, v komunikaciji z naročniki in mediji, usposobi se za kreativno oblikovanje modno komunikacijskih zgodb, uporablja ustrezne metode, oblike in strategije pri načrtovanju le-teh, pozna in je sposoben uporabiti strategije modnega komuniciranja v različnih tržno orientiranih situacijah in zna izdelati profesionalno prezentacijo za naročnika na osnovi komunikacijskega izhodišča.
- Študent se usposobi za refleksijo lastnih komunikacijskih rešitev in za kritično vrednotenje svojega dela, pridobljeno teoretično in praktično znanje pa zmore vključiti v svoje raziskovalno delo. Zna najti in uporabljati literaturo in druge vire podatkov, pozna postopke prakse modnega komuniciranja, kreativno oblikuje koncept, ga razvija in aplicira v praksi, posreduje znanje v pisni in ustni obliki, razvija nove izrazne možnosti, kritično analizira, raziskuje in sodeluje v skupini.