

STUDIO ZA STILIZEM IN VIZUALNI MERCHANDISING

NOSILEC: viš. pred. Tea Hegeduš

ECTS: 6 (20 ur predavanj; 40 ur vaj; 90 ur samostojnega dela)

VSEBINA:

Predmet je namenjen poglobljeni teoretski in praktični obravnavi sodobnih konceptov razumevanja modnega porabnika, modnega stilizma, menedžmenta videza in modnega vizualnega merchandisinga, pri čemer se opira na najnovejše študije o dinamiki vpliva popularne kulture na omenjena področja, na vrednotenje interpretacije ključnih trendov v modni industriji, na vzorce ključnih stilskih in vizualnih kategorij v odnosu do tržnega komuniciranja in na razumevanje sprememb globalnega koncepta modnega stilizma, ki ga pogojujejo nove oblike tehnološkega razvoja in s tem povezane transformacije sodobnega načina življenja. Predmet vključuje analizo procesa sezonskega modnega obrata, problematiko razvoja kompetenc modnega stilista na domačih in tujih trgih, razvoj tehnik vizualnega merchandisinga kot tudi konceptualno pripravo modnega projekta. Predmet podaja znanje o sodobnih prijemih modnega stilizma in vizualnega merchandisinga ter o razvijanju strokovnega aparata, ki omogoča celovito in kritično razumevanje modnih praks znotraj globalnega trga.

PREDVIDENI ŠTUDIJSKI REZULTATI:

- Študent razume zakonitosti modnega stilizma in vizualnega merchandisinga ter pozna temeljne modno stilistične pojme ter pojme povezane z vizualnim merchandisingom, spozna različne pristope in oblike modnega stilizma in vizualnega merchandisinga, razvije spretnost oblikovanja lastnega koncepta, pojasni pomen sodobne kulture v praksi modnega stilizma in vizualnega merchandisinga in zna povezovati različne segmente modnega stilizma ter vizualnega merchandisinga in jih združevati v nove zanimive celote.
- Pridobljeno znanje zna uporabiti v modni praksi, v komunikaciji z naročniki in mediji, usposobi se za kreativno oblikovanje modnih zgodb, uporablja ustrezne metode, oblike in strategije pri načrtovanju le-teh, pozna in je sposoben uporabiti strategije modnega stilizma in vizualnega merchandisinga v različnih tržno orientiranih situacijah in zna izdelati profesionalno prezentacijo za naročnika na osnovi briefa.
- Študent se usposobi za refleksijo lastnih 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 praks modnega stilizma in vizualnega merchandisinga, 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.