

STUDIO ZA PROMOCIJO IN CELOSTNO GRAFIČNO PODOBO PRODUKTA – DIPLOMSKI SEMINAR

NOSILKA: doc. mag. Katarina Klemen (diplomski seminar izvaja asist. dr. Maja Peteh)

ECTS: 7 (10 ur predavanj; 10 ur seminar; 50 ur vaj; 105 ur samostojnega dela)

VSEBINA:

Studijsko delo predmeta je sestavljeno iz posameznih vsebinsko, tematskih sklopov s področja praktičnega pristopa študentov do oblikovalskega problema.

Učni pristop temelji na načrtovanju ustreznega kreativnega procesa, ti. zgodbi, ki izdelku ustvari podobo in definira realno vsebino na kreativen in prepoznaven nivoju.

- Pomen načrtovanja koncepta promocije celostne grafične podobe in promocije za posamezen izdelek; (brainstorming – analiza obstoječih primerov – izhodišča za idejni koncept nove podobe izdelka).
- Oblikovanje grafičnih elementov celostnega promocijskega ekosistema za določen produkt. Grafični elementi so lahko vezani na različne pristope promocijskih načinov:
- ki temeljijo na spletnem oglaševanju,
- na mobilnih aplikacijah, spletu ali socialnih omrežjih, na novih medijih, kot so video in youtube kanal, Fb, LinkedIn, Printertest.
- ki temeljijo na prevozno, mobilnih medijih in se vanje vključujejo, ki so del urbanističnih zasnov in sklopov, ki temeljijo na nekonvencionalnem načinu promocije, ki ni nujno pogojena s klasičnimi tiskanimi mediji, kot »gverilski« pristop promocij posameznega produkta, zunanega oglaševanju, ki temelji na novih interaktivnih pristopih.

Tematski sklopi:

- Moj oblikovalski DNK, portfolio kot blagovna znamka oblikovalca.
- Tipografski pristopi k načrtovanju blagovne znamke.
- Redizajn kot nov pristop ustvarjanja blagovne znamke.
- Povezava produktnega in korporativnega snovanja celote in pojavnosti – celosten vidik razumevanja identitete blagovne znamke.
- Splet kot nova oblika brendiranja in personalizacija blagovne znamke skozi socialna omrežja.
- Trajnostni razvoj in blagovna znamka: ali je življenjska doba podobe izdelka cikl ali je evolucija podobe? Kaj omogoča trajnostni razvoj v kontekstu evolucije materialov in dvojne funkcije pri zasnovi pametne embalaže in grafičnem dizajnu, ki temelji na tehnoloških in estetskih vrednotah ter etiki.
- Etika oblikovanja.
- Interdisciplinarnost oblikovanja.

V sklopu diplomskega seminarja, ki poteka v okvirju predmeta študenti spoznajo:

- temeljne značilnosti raziskovalnega in strokovnega dela.
- dela ter različne pristope k reševanju strokovnih in raziskovalnih problemov;
- splošne metode strokovnega in raziskovalnega dela;
- knjižnico in knjižnične storitve, kot pripomoček pri študiju in raziskovalnemu delu;
- zakonitosti pretoka znanstvenih informacij in znanstvenega publiciranja;
- posebnosti iskanja znanstvenih informacij na spletu;
- delu, vezano na informacijsko pismenost;
- navodila za oblikovanje pisnih izdelkov na FD;
- zasnovo dispozicije diplomskega dela.

Vsebina predmeta se nanaša na domače in tuje prakse obravnavanih strokovnih tematik.

PREDVIDENI ŠTUDIJSKI REZULTATI:

Po uspešno zaključenem predmetu naj bi bili študenti zmožni:

- razumeti postopke zakonitosti pri oblikovanju promocijskih elementov za določen produkt / izdelek / serijo izdelkov;
- oblikovati promocijski element za določen produkt / izdelek / serijo izdelkov;
- prepoznati osnovne grafične prvine uporabe tipografije, ilustracije, barv;
- uporabiti in ustvariti spletne in socialne medije za predstavitev produkta;
- pojasniti in argumentirati tehnično plat promocije za produkt;
- izluščiti vsebinska izhodišča in določiti »design brief« za nadaljevanje svojega dela na področju oblikovanja;
- izbrati ustrezno temo diplomske naloge;
- planirati in izvesti vse potrebne faze za izdelavo diplomske naloge in izbrati ustrezno metodo raziskovanja;
- poiskati relevantno literaturo;
- izdelati diplomsko nalogo.

Navedeni študijski izidi se nanašajo na poznavanje in razumevanje študijskih vsebin tudi v mednarodnem in medkulturnem kontekstu.