



GJELDER FOR STUDIEÅRET 2011/2012

MRK 2602 Visuell kommunikasjon og design - KONTINUASJONSEKSAMEN

Studium

Kontinuasjonseksamener

Kursansvarlig

Birgit H Jevnaker

Institutt

Institutt for innovasjon og økonomisk organisering

Semester

Se studieplan for aktuelt studium

Studiepoeng

6

Undervisningsspråk

Norsk

Innledning

Kurset introduserer studentene til visuell kommunikasjon og designbasert utviklingsarbeid. Design dreier seg her om en visuell og karakterskapende prosjektering av en tjeneste/kulturprodukt, samt det å designe "pakken" rundt som kan bidra til å bygge et utvidet produkt og en annerledes og bedre brukeropplevelse. Det å medvirke til kreativ design og en god brukerorientering krever ny kompetanse for å kunne utforske og utnytte mulighetene til en verdiskapende bruk av design i utviklingsteam, og videre i markedet og i formidlingen av prosjekt og tjenester.

Kurset gir en innføring i designtenking, identitetsprinsipper og kreativ vurdering av en rekke flerfaglige aspekter ved visuell design og designledelse som kan bidra til nyskaping, verdi og opplevelse. Dette bidraget finner sted gjennom en rekke designaktiviteter for å skape f.eks. en gjenkjennelig og god identitetsprofil, en særpreget "merkevare" eller andre egnede visuelt-estetiske uttrykk som kan signalisere den aktuelle tjeneste, kulturprodukt eller begivenhet til potensielle brukere i attraktive presentasjons- og opplevelsesmiljø.

Vi drøfter også ledelsesutfordringer og designs innovative rolle som er i forandring med digitale medier og en ny tverrfaglighet med behov for gjentatt skaping og medskaping med andre. Prosjektlederen, mellomlederen, markedsføreren og kulturprodusenten mfl. står overfor utfordringen med både å nyskape, binde sammen og opprettholde eller evt. utvikle kultur- og forretningsprosjekt på en god måte.

Mål

Å gi studentene en første, grunnleggende innføring og forståelse av designutvikling og visuell kommunikasjon i utvikling av tjenester, produkter og opplevelsesbaserte tilbud. Kurset har videre til hensikt å øve studenten i kreative samarbeid med andre.

Arbeidsmål. Gjennom prosjektarbeid, forelesninger, veiledning, presentasjoner mv. forberedes og øves studentene i å bruke design og visuell kommunikasjon som ressurs i utvikling av en kreativ, realiserbar idé. I prosjektgrupper arbeides det med ideutvikling og integrering av relevant kunnskap og praksisforståelse av den sammenhengen ideen potensielt kan gjennomføres i. Dette skjer gjennom både design- og managementorienterte oppgaver i samband med utvikling av kreative prosjekt (se under). Målet er å forberede studentene til å forstå potensial og kunne gjøre bruk av kreative designtilnærminger i ledelse, kultur- og markedsføringsøyemed og fornyelsesprosjekt. Videre gi studentene grunnlag for å fungere tverrfaglig konstruktivt i samarbeid med andre personer, funksjoner og faggrupper involvert i visuell kommunikasjon og fornyelse/nyskaping av organiserte tilbud.

Læringsmål. Etter kurset bør studenten

- kjenne til noen hovedtrekk, aktiviteter og utfordringer ved visuell kommunikasjon og design,
- kunne delta i prosjekt og samarbeid for å utforske og inkludere visuelle kommunikasjons- og designtilnærminger og kunne bidra konstruktivt til organisering, ledelse og gjennomføring av design prosjekt,
- kunne bidra i presentasjoner og medvirke til at team kan kritisk-konstruktivt reflektere, i tale og skrift, over muligheter og fallgruver i visuell kommunikasjon og design.

Forkunnskaper

Det kreves ingen spesielle forkunnskaper for kurset utover det som kreves for å studere på det aktuelle bachelornivået.

Obligatorisk litteratur

Bøker:

Bergström, Bo. 2008. Essentials of visual communication. London : Laurence King. 240 s
Jevnaker, Birgit H og Farstad, Per. 2010. Design i praksis. Designledelse og innovasjon. Oslo: Universitetsforlaget
Rybakken, Bjørn. 2004. Visuell identitet. Oslo : Astrakt forlag

Artikler:

Jevnaker, Birgit H. Utdelt materiale

Anbefalt litteratur

Bøker:

Farstad, Per. 2008. Industridesign. 2. utg. Oslo : Universitetsforlaget
Lerdahl, Erik. 2007. Slagkraft : håndbok i ideutvikling. Oslo : Gyldendal Akademisk
Møllerup, Per. 1998. Marks of excellence : the history and taxonomy of trademarks. Rev. ed. London : Phaidon. Anbefalt
Olins, Wally. 1989. Corporate identity : making business strategy visible through design. London : Thames and Hudson. Boken er anbefalt men vanskelig å få tak i (out of print), Olins har imidlertid gitt ut flere bøker innen branding, med stoff som også er relevant.

Annet:

Anbefalt litteratur opplyses ved kursstart. Her er noen tips:

Emneoversikt

Kurset tar bl.a. opp disse emnene:

- Introduksjon til prosjektarbeidet, læringsmål, læringsmiljø og prosess i kurset
 - Forståelse av design, visuell kommunikasjon, og skaping av noe distinkt
 - Design og skaping av noe nytt: ideutvikling og innovasjonstilnærminger
 - Tverrfaglig samarbeid - "to kulturer"? Typologi for designrelatert "grensearbeid".
 - Hva ligger i et navn? Konstruering av identitet - identitetsformer og prinsipper
 - Andre hovedtrekk i Visuell kommunikasjon
 - Navigering eller finne nye veier i en visuell kultur: Intensjoner og støy
 - Design og merkevarebygging - nye og alternative tilnærminger
 - Ledelse og samordning av visuell profil: Designprogram og pådrivere for designbasert nyskaping.
 - Strategi: Design og visuell kommunikasjon som strategisk ledd i kontinuerlig fornyelse og innovasjon
- Detaljert kursoversikt utdeles ved kursstart.

Dataverktøy

Vanlig internettbaserte. Dataverktøy utover vanlig internettbaserte benyttes ikke i dette kurset om ikke annen beskjed gis ved kursstart.

Gjennomføring

Kurset består av 36 kurs timer. Gjennomføringen av kurset kan skje i samarbeid med kurset Ledelse av kreative prosjekter (og/eller evt. entreprenørskapskurs). Det innebærer da et felles opplegg på forelesningssiden og eksamenssiden, som det vil informeres detaljert om i forelesningsdisposisjonen.

Kurset består av forelesninger, gjesteforelesninger, besøk ved andre institusjoner, samarbeid med eksterne aktører, felles presentasjoner av prosjektoppgaver, spørsmål og svar-runder og dialoger. Pga til dels prosessorientert og visuelt illustrert case undervisning forventes at studentene er tilstede og deltar aktivt på forelesningene som starter vanligvis primo januar (arrangeres ofte intensivt). Det forventes videre at studentene samtidig deltar aktivt i gruppearbeid med prosjektoppgaven under hele perioden kurset varer. Det siste omfatter forberedte presentasjoner av eget og gruppens arbeid. Vanligvis organiseres minst tre gruppebaserte presentasjoner der alle grupper og gruppemedlemmer forventes å være til stede. Hvis kurset tilbys som enkeltstående kurs, utgår krav om samarbeid med andre kurs og eksterne aktører.

Eksamen

Prosjektoppgave, kan skrives individuelt eller i gruppe på inntil 2 studenter og ha et omfang på 25-30 sider.

Eksamenskode(r)

MRK 26021 - Prosjektoppgave som teller 100% i kurset MRK 2602 Visuell kommunikasjon og design - 6 studiepoeng.

Hjelpemidler til eksamen

Alle hjelpemidler er tillatt.

Kontinuasjon

Dette kurset ble undervist siste gang våren 2011. Kontinuasjonseksamen tilbys hvert semester fom. høsten 2011 tom. våren 2013.

Tilleggsinformasjon