

Meet me at the market

Produkte und Kleinserien

Angebot für

Bisheriges Studienmodell > Design > Bachelor Design > Trends & Identity > 3. Semester

Nummer und Typ	BDE-VSD-V-3700-08.18H.001 / Moduldurchführung
Modul	Meet me at the market
Veranstalter	Departement Design
Leitung	Henriette-Friederike Herm Thomas Gfeller
ECTS	6 Credits
Zielgruppen	Pflichtmodul für Style & Design 3. Semester
Lernziele / Kompetenzen	<ul style="list-style-type: none"> - Trend & Style-Scouting sowie Marktanalyse im Bereich Souvenir, Accessoire und Produkt - Ideenfindung, Konzeption, Planung und Umsetzung eines Produkts bzw. einer Kleinserie - Verpackungsdesign - Grundlagen in Kalkulation, Produktionsplanung - Auseinandersetzung mit Distributionsformaten, Kundenakquise und Produktpräsentation am Point of Sale
Inhalte	<p>Das Modul Meet me at the Market stellt das Herausarbeiten der eigenen Gestaltungspersönlichkeit und die Auseinandersetzung mit der eigenen Identität ins Zentrum. Persönliche Geschmacksvorlieben, gesellschaftliche und sozialpolitische Stellungnahmen, sowie das eigene kulturelle Kapital können radikal herausgeschält und in Produkten anfassbar werden.</p> <p>„Alles ist möglich - nichts geht“ ist das Motto dieser Lehrveranstaltung. Einerseits soll sichtbar werden, welche Höhen und Tiefen ein Gestaltungsprozess in sich bergen kann und welche Irr- und Umwege ein Gestaltungsprozess benötigt, um zufriedenstellende Resultate hervorzubringen. Andererseits soll ebenfalls vermittelt werden, wie unumgänglich Kompromisse, aber auch Kompromisslosigkeit ist.</p> <p>„Try and Error“, „Kill your Darling“, „Courage to fail“, „Get down and dirty“ sollten die Leitsätze sein. Hauptsache, das Resultat, das Produkt oder die Kleinserie, überzeugt und steht marktreif und selbstbewusst für sich.</p> <p>Startpunkt des Projektes ist die Einführung in den Siebdruck. Studierende sollen ein Geschirrhandtuch mit ihrer persönlichen Haltung zum Design bedrucken – ein Manifest der eigenen Arbeit und des persönlichen Designverständnisses.</p> <p>Die besondere Herausforderung liegt darin, dass die Studierenden ihre Produkte in die Geschäfte bringen müssen.</p> <p>Jeder Studierende muss am Ende des Moduls einen Shop haben in dem er/sie sein/ihr Produkt verkauft.</p> <p>Angereichert wird dieses Modul, durch Shop und Atelier Besuche.</p>
Bibliographie / Literatur	<p>Wolfgang Ullrich: Habenwollen. Wie funktioniert die Konsumkultur?, 2008.</p> <p>John Naish: Genug. Wie sie der Welt des Überflusses entkommen, 2010.</p> <p>Wolfgang Ullrich: Alles nur Konsum. Kritik der warenästhetischen Erziehung, 2013.</p>

Zygmunt Baumann: Leben als Konsum, 2009

Leistungsnachweis / Testatanforderung	80% Anwesenheit
Termine	30.10.18 - 29.11.18 (ohne 29.10./05.11./09.11./12.11./19.11./26.11.)
Dauer	5 Wochen
Bewertungsform	Noten von A - F