

HYB Meet me at the market

Produktserie

Angebot für

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

Nummer und Typ	BDE-VSD-V-3700-10.20H.001 / Moduldurchführung
Modul	Meet me at the market
Veranstalter	Departement Design
Leitung	Bitten Stetter
ECTS	6 Credits
Zielgruppen	Pflichtmodul für Trends & Identity, 3. Semester
Lernziele / Kompetenzen	<ul style="list-style-type: none"> - Trend & Style-Scouting im Bereich Souvenir, Accessoire und Produkt - Ideenfindung, Konzeption, Planung und Umsetzung eines Produkts bzw. einer Kleinserie - Einführung in Verpackungsdesign - Grundlagen in Kalkulation und Produktionsplanung - Auseinandersetzung mit Distributionsformaten, Kundenakquisition und Produktpräsentation am Point of Sale
Inhalte	<p>Das Modul gibt die Möglichkeit, sich dem Markt zu stellen und sich mit Gesellschaft und Konsum auseinanderzusetzen. Startpunkt des Projektes ist eine Einführung in gegenwärtige Lifestyle- und Produktrends, die Analyse von aktuellen und regionalen Produktwelten und die Bestimmung zukünftiger Zielgruppen. Wer verkauft und kauft was, wo und wie? Wie sehen aktuelle Produktästhetiken aus? Wo könnten Marktpotentiale liegen? Welche Qualitäten und Nutzungsweisen können Produkte haben?</p> <p>Zudem steht das Herausarbeiten der eigenen Gestalterpersönlichkeit im Zentrum. Persönliche Geschmacksvorlieben, gesellschaftliche und sozialpolitische Haltungen, sowie das eigene kulturelle Kapital können in die Produktgestaltung mit einfließen.</p> <p>Meet me at the Market bietet einen Vorgeschmack auf die bevorstehende Abschlussarbeit, da es die Balance zwischen individueller Freiheit, strategischer Einschränkung und zeitlichen und ökonomischen Grenzen zu finden gilt. Die einzige Rahmung findet im Output statt – in der Gestaltung eines verkäuflichen Produktes oder einer verkäuflichen Kleinserie.</p> <p>Die besondere Herausforderung liegt darin, dass die Studierenden ihre Produkte auf den Markt bringen müssen.</p> <p>Jeder Studierende muss am Ende des Moduls einen Shop akquiriert haben, in dem er/sie ihre Produkte verkaufen kann. Dies setzt den Kontakt zum Retail voraus und ermöglicht es, in den Austausch mit dem Zürcher Markt zu treten. Die Produkte können in Lifestyle- und Museumsshops platziert werden oder sie können als Merchandise- oder Vermittlungsprodukte im Austausch mit einem Kooperationspartner*in konzipiert und vertrieben werden. Das Modul durchläuft in fünf Wochen sieben Phasen: Recherche, Konzeption, Umsetzung, Produktion, Preiskalkulation, Akquise, Verkauf.</p> <p>Angereichert wird dieses Modul durch Shop- und Atelier- Besuche.</p>

	Weitere Betreuende sind: Andrea Roca (edition populär zürich) und Raffael Cavegn (Objektdesigner und Unterrichtsassistent)
Bibliographie / Literatur	Wolfgang Ullrich (Autor), Habenwollen: Wie funktioniert die Konsumkultur?, 2008 . John Naish, Genug: Wie Sie der Welt des Überflusses entkommen, 2010. Wolfgang Ullrich, Alles nur Konsum: Kritik der warenästhetischen Erziehung, 2013. Zygmunt Bauman, Leben als Konsum, 2009.
Leistungsnachweis / Testatanforderung	80% Anwesenheit
Termine	27.10.20 - 27.11.20 (ohne 2.11. / 09.11. / 15.11. / 23.11.)
Dauer	5 Wochen
Bewertungsform	Noten von A - F