

HYB FACHMODUL A: Trends & Identiy 2. Semester

1. Trendreporting - Storytelling, Argumente, Narrative
2. Projektdesign-Workshop

Angebot für

Bisheriges Studienmodell > Design > Master Design > Trends & Identity > 2. Semester

Nummer und Typ	MDE-VTR-A-2000.20H.001 / Moduldurchführung
Modul	Fachinput A
Veranstalter	Departement Design
Leitung	Judith Mair Bitten Stetter Patrik Ferrarelli Larissa Holaschke
ECTS	2 Credits
Lehrform	Workshops und Einzelgespräche
Zielgruppen	Studierende von Trends & Identity
Lernziele / Kompetenzen	<p>1. Trendreporting - Storytelling, Argumente, Narrative In diesem Modul werden Qualitäten und Formen des Trendreporting und Storytelling vermittelt, so dass die Art und Weise, wie Dinge untersucht und vermittelt werden in Trendberichte und Trendvermittlungskonzepte überführt werden können. Die Gemeinsame Zusammenarbeit zielt darauf ab die gewonnen Erkenntnisse auf die eigene Trendvermittlung des eigenen Projektes zu übertragen.</p> <p>2. Projektdesign-Workshop Das Masterprojekt ist kein Selbstzweck. Projektideen wollen nicht nur entwickelt, sondern vor allem auch konzipiert, umgesetzt und vermarktet werden. Idealerweise in Kooperation mit oder für Unternehmen, Verbände und Einrichtungen. Selbst beste inhaltliche Ansätze haben nur wenig Wert, wenn sie sich nicht am Bedarf einer/s potentiellen Kund*in orientieren und nicht vermittelbar sind. Das Wissen um die Needs eines potentiellen Auftraggebenden sind deshalb bei der Konzeptentwicklung, Gestaltung und Akquise besonders relevant und sollten das Projektdesign und den Erkenntnistransfer der Masterarbeit bestimmen.</p>
Inhalte	<p>1. Trendreporting - Storytelling, Argumente, Narrative «Not in the Mood» von Biohacking, Smart Drugs und Legal Highs Subjektive mentale Verfassungen lassen sich, ähnlich wie die körperliche Konstitution, gezielt beeinflussen. Gegenwärtig können wir beobachten wie verstärkt Mittel, Methoden und Märkte in den Fokus geraten, die versprechen unsere kognitive Wahrnehmungen gezielt zu verändern. Die dahinterstehende Motive sind divers und widersprüchlich und reichen von dem Wunsch nach Selbstoptimierung und Stimmungssteigerung bis hin zur bewusstseinsverändernder Entgrenzung und exzessiven Rauschzuständen. In diesem Modul versuchen wir eine Ordnung in die unterschiedliche Phänomene und Motive zu bekommen und zukünftige Entwicklungen und Zielgruppen und Angebote zu skizzieren. Die zusammengetragenen Ergebnisse und gewonnen Erkenntnisse werden in ein inhaltliches und gestalterisches Vermittlungstool übersetzt.</p>

2. Projektdesign-Workshop

2. In diesem Modul steht der Erkenntnistransfer in der Gestaltung im Fokus. Gemeinsam mit den Expert*innen entwickeln die Studierenden Strategien und Techniken ihre gewonnenen Erkenntnisse bestmöglich zu präsentieren und im Kontext Trend- und Zukunftsforschung zu vermarkten. Das Projektdesign verknüpft Theorie und Gestaltung. Ziel ist es, dass die Studierenden innerhalb des zweitägigen Workshops ihre Ideen und Erkenntnisse strukturieren, verkoppeln und visualisieren um das angestrebte Artefakt zu schärfen und auszuarbeiten. Im Modul werden anhand des gewonnenen Materials konkrete gestalterische Konzepte und Umsetzungen erarbeitet. Diese münden in die Gestaltung des Endproduktes, die Gestaltung der CI und Thesis, so wie in der Vermittlung des gesamten Masterprojektes. Am Ende des Projektes ist ein Werkzeugkasten für das eigene Projekt geplant so wie ein designstrategischer Film.

Termine	22.09.20 23.09.20 24.09.20 25.09.20 08.12.20 09.12.20 10.12.20 11.12.20 15.12.20 16.12.20 17.12.20
Dauer	09:00 - 17h
Bewertungsform	bestanden / nicht bestanden