

1. semester

Trykt medieproduktion

Varighed: 6 uger (10 ECTS)

Formål:

I forløbet Trykt Medieproduktion er det hensigten, at den studerende opnår et kvalificeret overblik over de mest almindelige trykte produkter der anvendes til fx events og kampagner (fx brochurer, flyers, biletter, flag, bannere, etiketter/stickers, o.l.), herunder hvordan de produceres og hvor de produceres.

Det er således hensigten at den studerende i en funktion som fx projektkoordinator kan påtage sig ansvaret for indkøb af disse produkter, herunder sikre sig at der fremsendes relevante PDF-filer til leverandørerne/trykkerierne og at der opstilles konkrete og relevante krav til materialer og delprocesser.

Endelig er det målet, at den studerende skal blive i stand til at undersøge, hvorvidt kundens visuelle identitet (Brand Colors) fremstår konsistent på tværs af de forskellige fysiske produkter.

Redskaber:

Rastermåler, Måleapparater, Litteratur, PowerPoint, Excel, Adobe Acrobat og Photoshop, Apps og Moodle

Egenskaber:

Studieaktiv, nysgerrig, undrende, analyserende, spørgende, problemløsende.

Metoder:

Forløbet er tilrettelagt med hovedfokus på en selvvalgt Case-opgave (en virkelig event eller kampagne), hvor de studerende, i grupper, arbejder via desk-research og felt-research (med kontakt til virksomheden/organisationen). De studerende skal indsamle 5 – 10 forskellige fysiske produkter (med tryk) fra den valgte case, som skal beskrives og analyseres.

Case-opgaven skal ses som en slags projektbeskrivelse af den virkelige case, hvor den studerende gradvist opbygger viden om grafisk produktion og fremstilling af forskellige "print-produkter" som indgår i den valgte kampagne eller event.

Det er derfor hensigten at de studerende hver uge skal foretage en dataindsamling, research og evt. interviews, hvor gruppen gradvist udbygger case-beskrivelsen/projektbeskrivelsen. Den angivne litteratur og de forholdsvist få undervisningsdage skal ses som en del af denne research- og dataindsamlingsproces.

Læringsmål:

Den studerende skal opnå viden om:

- Hvordan typiske events og kampagner forløber og isæt hvilke fysiske produkter der indgår
- hvordan virksomhedens visuelle identitet (Brand Colors) bør specificeres/beskrives i en designmanual under hensyntagen til forskellige trykmetoder og tryksubstrater
- hvordan virksomhedens visuelle identitet (Brand Colors) sikres bedst muligt når den produceres på forskellige tryksubstrater via forskellige trykmetoder, fx via forskellige ICC-profiler og PDF-filer
- hvordan den forestående trykproduktion kan kvalitetssikres via "Proofing" (hardproof og softproof)
- hvordan den forestående trykproduktion kan kvalitetssikres via PDF-kontrol

- hvordan den færdige trykproduktion kan kvalitetskontrolleres, både visuelt og måleteknisk

Den studerende skal opnå følgende faglige færdigheder:

- bestemmelse af anvendt AM-rasterfinhed, ved hjælp af en rastermåler
- opmåling af farver, specificering af CIELAB-værdier og farveforskelle ift. kundens Brand Colors
- foretage en teknisk kontrol af kundens PDF-filer
- anvende korrekt fagterminologi i kommunikation med branchernes fagfolk

Der lægges vægt på, at den studerende skal kunne relatere de enkelte begreber til hinanden, fx hvad angår årsag/virkning og fordele/ulemper.

Litteratur (anskaffes):

- [GK] *"Grafisk Kogebog – Guide til grafisk produktion"* af Kaj Johansson, Peter Lundberg og Robert Ryberg, Medit Publishing 2011. 432 sider. ISBN: 978-87-91246-06-7

Mobile Apps:

- myPANTONE X-ref 1,99 dollars
- RAL iCOLOUR gratis

Herudover anbefales det, at mindst en studerende fra gruppen anskaffer:

- myPANTONE mobile App til iOS: 9,99 Dollars eller til Android: 7,99 dollars

Kompendium (pdf-filer uploaded til Moodle)

- [EM] *"Events Management - An Introduction"* af Emma Abson, Charles Bladen, Nick Wilde & James Kennell. Ca. 25-30 sider af 472 sider, Taylor & Francis Ltd 2012, ISBN-13:9780415577427, ISBN-10:041557742X
- [ISGP] *"Internationaliseret Standardiseret Grafisk Produktion - ISO 12647"* af Michael Abildgaard Pedersen, Grafisk Arbejdsgiverforening 2008. 256 sider. ISBN: 978-87-91171-96-3. Med forfatterens og forlagets accept uploades ca. 80 sider
- samt ca. 30 supplerende sider (ikke publicerede) skrevet af underviserne

Mødepligt/deltagelsespligt:

Der er mødepligt til alle skemalagte undervisningstimer, øvelser, fælles feedback og præsentationer. Dette bliver kontrolleret via Moodle's "Auto Attendance". Der er desuden deltagelsespligt i øvelser og gruppearbejde.

Prøveform:

Den studerende skal bestå den afsluttende opgave, som består af; dels et skriftligt gruppeprojekt, dels en individuel online test under tilsyn, som varer 1 time og kan løses med hjælpemidler. Til denne test skal den studerende anvende en computer. Prøverne bedømmes efter 7-trinsskalaen, og der gives en samlet karakter, hvor de to prøver indgår med hver 50 %. Ekstern censur.

Studieaktivitetsmodel:

En vejledende fordeling af undervisningstid på holdet, egne studier samt evt. yderligere opgaver i forløbet er illustreret herunder:

På Trykt Medieproduktion er de 10 ECTS-point (ca. 275 timer) fordelt på følgende måde:

