

Danmarks Medie- og Journalisthøjskole
Visuel Kommunikation – studieretning: Grafisk Design
Fagbeskrivelse
Efterår 2019

3. semester

Forløb: Emballagedesign

Varighed: 5 ECTS

Formål

Forløbet skal kvalificere den studerendes kendskab til og forståelse for de forhold, der er specielle for design af emballage baseret på research og analyse.
De studerende skal kende, forstå og anvende de metoder, processer og kotymer, der knytter sig til emballage som designdisciplin.

Forløbets centrale fagelementer er:

- Visuel opmærksomhed
- Eyetracking og in store
- Formelle krav til emballager

De studerende skal:

- foretage genrereseach
- designe i 3 dimensioner
- udvikle sans for balancen mellem det emotionelle og det logiske grundlag
- kunne vurdere hvordan et re-design af eksisterende emballager/brands skal gennemføres
- have forståelse for forbrugeadfærd
- få indsigt i de forhold der knyttes til fremstilling, distribution, salg, brug og bortskaffelse af emballage

Læringsmål

Efter forløbet skal de studerende have indsigt i og viden om:

- design som kommunikationsmiddel for genre
- hvordan grafisk design i tre dimensioner virker
- hvilken effekt de enkelte grafiske elementer har på en modtagers adfærd

kunne

- anvende de teorier og metoder, der knytter sig til udvikling af emballage

Redskaber

Analyse, research, designprincipper, opgaveløsning.

Egenskaber

Læringslyst, åbenhed og eksperimenterende.

Metoder

Forløbet er en kombination af forelæsninger, holdundervisning, selvstudium, tutorials, løsning af øvelser og opgaver. Opgaver og øvelser løses individuelt eller i grupper. I forløbet lægges der vægt på formsans, originalitet, omhu, overblik, refleksion og feedback på egne og andres produkter og proces.

Læremidler

Bøger:

Ellicott, Roncarelli: Packaging Essentials (2010). 100 Design Principles for Creating Packages, Rockport

DuPuis, Steven & Silva, John (2011). Package Design Workbook, Rockport

Clement & Sørensen (1998). Noget om emballage – design og produktion, Danske Kartonnageproducenters Sammenslutning, København

Clement, Kristensen & Grønhaug (2013). Understanding consumers' in-store visual perception. vol. 20, no. 2, pp. 234-239.

Clement, Skovgaard Andersen & O'Doherty Jensen (2012) Framework for understanding misleading information in daily shopping, Qualitative Market Research: An International Journal, vol. 15, no. 2, pp. 110-127.

Mødepligt/deltagelsespligt

Der er mødepligt til alle skemalagte undervisningstimer. Der er deltagelsespligt i øvelser, gruppearbejde, fælles feedback og opsamlings.

Prøveform

Forløbet bedømmes bestået/ikke-bestået, intern censur. Forløbet afsluttes med en samlende opgave. For at bestå skal forløbets opgaver være rettidigt afleveret og godkendt, den afsluttende opgave være bestået, og den studerende skal have været aktiv og have opfyldt kravene om møde- og deltagelsespligt. Se afsnit om møde- og deltagelsespligt.

STUDIEAKTIVITETSMODEL

