FISA DISCIPLINEI

CV1201 Creativitate şi cercetare în domeniul designului

1. **Date despre program**

|  |  |
| --- | --- |
| 1.1 Instituţia de învăţământ superior | Universitatea Creştina Partium, Oradea |
| 1.2 Facultatea | Litere si arte |
| 1.3 Departamentul | Arte |
| 1.4 Domeniul de studii | Arte vizuale |
| 1.5 Ciclul de studii | Masterat |
| 1.6 Programul de studii/Calificarea | Comunicare vizuală |

1. **Date despre disciplina**

|  |  |
| --- | --- |
| 2.1 Denumirea disciplinei | Creativitate şi cercetare în domeniul grafic designului |
| 2.2 Titularul activităţii de curs | lect. univ. Kelemen Attila |
| 2.3 Titularul activităţii de  seminar | lect. univ. Kelemen Attila |
| 2.4 Anul de studiu | I, MA |
| 2.5 Semestrul | 1 |
| 2.6 Tipul de evaluare | examen |
| 2.7 Regimul disciplinei | DA |

1. **Timpul total estimat**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 3.1 Număr de ore pe săptămână | 3 | din care3.2curs | 2 | 3.3 seminar/laborator | 1 |
| 3.4 Total ore din planul de învăţământ | 42 | din care3.5curs | 28 | 3.6 seminar/laborator | 14 |
| Distribuţia fondului de timp | | | | |  |
| Studiul după manual, suport de curs, bibliografie şi notiţe | | | | | 30 |
| Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platforme electronice de specialitate şi pe teren | | | | | 50 |
| Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii şi eseuri | | | | | 50 |
| Tutoriat | | | | |  |
| Examinări | | | | | 3 |
| Alte activităţi… | | | | |  |
| **3.7 Total ore studiu individual** | | | | | **130** |
| **3.8 Total ore pe semestru** | | | | | **175** |
| **3.9 Numărul de credite** | | | | | **7** |

1. **Precondiţii**(acolo unde este cazul)

|  |  |
| --- | --- |
| 4.1 de curriculum |  |
| 4.2 de competenţe |  |

1. **Condiţii** (acolo unde este cazul)

|  |  |
| --- | --- |
| 5.1 de desfăşurare a cursului |  |
| 5.2 de desfăşurare a seminarului/laboratorului |  |

1. **Competenţe specifice acumulate**

|  |  |
| --- | --- |
| Competenţe  profesionale | C1. Identificarea, definirea si analiza limbajului artistic, specific artelor plastice, în particular al graficii.  C2. Recunoașterea și înțelegerea artiscică a pricipalelor trenduri grafice în comunicarea vizuală  C3. Utilizarea tehnicilor și a tehnologiilor specifice pentru transpunerea în material a proiectului artistic digital.  C4. Recunoașterea cliseelor în creațiile de grafică contemporană/  C5. Introducere tehnicile de creație a imaginilor AI (inteligență artificială).  C5. Elaborarea si experimentarea unor proiecte personale creative.  C6. Generare de idei creative cu metodologia Design Thinking. |
| Competenţe  transversale | CT1 Aplicarea unor strategii de munca riguroasa, eficienta si responsabila, de punctualitate si raspundere personala fata de rezultat, pe baza principiilor, normelor si valorilor de etica profesionala.  CT2 Identificarea rolurilor si responsabilitatilor într-o echipa lurispecializata si aplicarea de tehnici de relationare si munca eficienta în cadrul echipei.  CT3 Identificarea oportunitatilor de formare continua si valorificarea eficienta a resurselor si a tehnicilor de învatare pentru propria dezvoltare |

1. **Obiectivele disciplinei** (reieşind din grila competenţelor specifice acumulate)

|  |  |
| --- | --- |
| 7.1 Obiectivul general al  disciplinei | Familiarizarea studenţilor trendurile vizuale contemporane, cu metodele de a înțelege și a folosi aceste soluții de trend contemporan. Diferențierea dintre archetipuri, clișee și trenduri. Înțelegerea dinamicii, recurenței trendurilor. Abordarea creativă a trendurilor de design contemporan. |
| 7.2 Obiectivele specifice | Inițiere în tehnicile de creare de idei, metologii de design thinking /rapid prototyping cu accent pe proiectele de design și grafică. Pregătirea colectivă a proiectelor individuale, etapizarea proiectelor creative complexe, exemplificarea metodologiilor cu rezultate care au devenit iconice. |

1. **Conţinuturi**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | **8.1 Curs** | Metode de predare | Observaţii |
| 1. | **Tema:** TENDURILE VIZUALE ACTUALE  Prezentarea celor mai importante trenduri vizuale contemporane din perspectiva analizelor de trend care apar pe YouTube.  Diferențierea între trendurile clasice, revenirile de trend și trenduri noi. Analizarea situațiilor de comunicare specifice pentru trendurile discuatate. Se va lua în vedere 18-20 trenduri și microtrenduri, se va analiza contextul cultural-valoric pentru fiecare în parte.  Neo Brutalism, Pop Futurism, Y2K Evolution | Curs teoretic,  Expunerea verbală, exerciţii teme practice, demonstraţii prin material documentar (exemple practice, cursuri și documentare, materiale e-learning online). |  |
| 2. | **Tema:** TENDURILE VIZUALE ACTUALE  Typo Fushion, Retro Vintage, Modern Surrealism, Still Trippin | Curs teoretic, | 2 ore |
| 3. | **Tema:** TENDURILE VIZUALE ACTUALE  New Maximalism, Artificial Morphism, Photographs Branding, New Grunge, | Curs teoretic, | 2 ore |
| 4. | **Tema:** TENDURILE VIZUALE ACTUALE  Modern Mystic. Geo Minimalism, Utilitarian | Curs teoretic, | 2 ore |
| 5. | **Tema:** TENDURILE VIZUALE ACTUALE  Neo-Classical, New Art Deco, New Art Nouveau | Curs teoretic, | 2 ore |
| 6. | **Tema:** TENDURILE VIZUALE ACTUALE  AI Fusion Photo, AI Standard Styles | Curs teoretic, | 2 ore |
| 7. | **Tema:** NOȚIUNI ȘI TEHNICI DE BAZĂ DE GENERATE DE IDEI PRIN DESIGN THINKING  Metoda de ideație “What if”? | Construcția bazei unei idei creative prin exemplificări din metodologie. | 4 ore |
| 8. | **Tema:** NOȚIUNI ȘI TEHNICI DE BAZĂ DE GENERATE DE IDEI PRIN DESIGN THINKING  Metoda de ideație “Change the size!”? | Construcția bazei unei idei creative prin exemplificări din metodologie. | 4 ore |
| 9. | **Tema:** NOȚIUNI ȘI TEHNICI DE BAZĂ DE GENERATE DE IDEI PRIN DESIGN THINKING  Metoda de ideație “Where else”? | Construcția bazei unei idei creative prin exemplificări din metodologie. | 4 ore |
| 10. | **Tema:** Arhetipuri, clișeistică, mesaje ultraconvenționale și cum să le ocolim. Diferența dintre trenduri, clișee și arhetipuri vizuale. | Curs teoretic cu multe exemple din culegeri de clișee vizuale. | 4 ore |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | **8.2 Seminar** | Metode de predare | Observaţii |
| 1. | Tema: Trenduri vizuale recurente cu rădăcini în anii 1900-1950 | Prezentări individuale, analize pe subiectele de trend vizual. | Nr.ore 4 |
| 2. | Tema: Trenduri vizuale recurente cu rădăcini în anii 1950-2000 | Prezentări individuale, analize pe subiectele de trend vizual. | Nr.ore 5 |
| 3. | Tema: Trenduri vizuale noi, inovații contemporane | Prezentări individuale, analize pe subiectele de trend vizual. | Nr.ore 5 |

|  |
| --- |
| Bibliografie obligatorie BERGER Warren, Advertising Today, Phaidon, 2001  BERGSTRÖM Bo: Bevezetés a Vizuális kommunikációba, Scolar Kiadó, Bp. 2009.  DABBS, Alistair. Interface design, Editura Cassell& Co,2002  GLENWRIGHT Jerry,www.layout effective design, Cassell&Co, 2001  KOZÁK Gisela & Julius WIEDEMANN,”Japanese Graphics Now!”  Taschen,Köln, London, Los Angeles Madrid, Paris  MACZÓ Péter: Ön itt áll, Az infodesignról, Scolar Kiadó, Budapest, 2010;  MÓRICZ Éva -TÉGLÁSSY Tamás, „Kreatív tervezés a reklámban” Kiadja a Budapesti Közgazdaságtudomány és Államigazgatási Egyetem Marketing tanszék .  Marketingkommunikáció Alapítvány , Budapest.2002.  MÜLLER, Jens, Julius Wiedemann ,The History of Graphic Design. Vol. 1. 1890–1959. Vol 1 – Illustrated, 2022, Taschen, Köln  PRICKEN Mario, „Creative Advertising” Thames&Hudson, New York, 2008.  SAS István, „Az ötletes reklám” Kommunikációs Akadémia,Budapest,2007.  SAS István, „Reklám és pszichológia” Kommunikációs Akadémia,Budapest,2007.  SELBY Aimmee: Art and text. London: Black Dog. 2009.  TOSCANI Oliviero Reklám te mosolygó hulla,Park Kiadó, Budapest ,1999  WIEDEMANN Julius, Taschen's1000 favorite websites, Editura Taschen, Köln, 2002  **Bibliografie facultativă**  Subaiesh Tihla (Autor) The History of Graphic Design. Vol. 2. 1960–Today Vol 2 – 2022, Taschen, Köln  Stephem Heller, Veronique Vienne, Graphic design. 100 Ideas That Changed  Nigel Cross, Design Thinking: Understanding How Designers Think and Work, Berg Publishers, New York, 2011  Donald A. Norman, The Design of Everyday Things, Basic Books, London, 2002  The Art of Innovation: Lessons in Creativity from IDEO, America's Leading Design Firm 2001  Thomas Lockwood, Design Thinking: Integrating Innovation, Customer Experience, and Brand Value Edition, New York, Allworth Press, 2010  Area 1, 100 Graphic Designers, Phaidon Press Limited,2008  Area 2, 100 Graphic Designers, Phaidon Press Limited,2008  Héctor Navarro Güerre,”e-COLORS” Barcelona, 2003  David Gibbs,The Compendium Pentagram, Phaidon,1998 |

1. **Coroborarea conţinuturilor disciplinei cu aşteptările reprezentanţilor comunităţii epistemice, asociaţilor profesionale şi angajatori reprezentativi din domeniul aferent programului**

|  |
| --- |
| Conţinutul disciplinei este în concordanţă cu ceea ce se practică în alte centre universitare din țară și din străinătate |

1. **Evaluare**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Tip activitate | 10.1 Criterii de  evaluare | 10.2 Metode de evaluare | 10.3 Pondere din nota  finală |
| 10.4 Curs | Prezenţă, înţelegerea temei, colaborare cu cadrul didactic, originalitate ideii, variaţiuni, executarea tehnică | Aplicaţie practică, examen la sfârşitul semestrului I |  |
| 10.5 Seminar | Prezenţă, creativitate,munca individuală în caietul de schiţe colaborare cu cadrul didactic | Verificare în cursul semestrelor şi la analiza semestrială 10.6 Standard minim de performanţă: Cunoașterea elementelor fundamentale de teorie, folosirea adecvată a terminologiei |  |
| 10.6 Standard minim de performanţă: Cunoașterea elementelor fundamentale de teorie, folosirea adecvată a terminologiei, capacitate minimă de transfer a informaţiei de specialitate | | | |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Data completării | Semnătura titularului de curs | Semnătura titularului de seminar |
| 01.06.2024 | ………………………………. | ……………………………… |

Data avizării în departament Semnătura directorului de departament

…………………………….. ………………………..