

**Fakultet likovnih umjetnosti / Grafički dizajn / Grafičke komunikacije SPEC**

Uslovljenost drugim predmetima	Diploma osnovnih studija (BA), studijska grupa za grafički dizajn i srodne oblasti.
Ciljevi izučavanja predmeta	Cilj nastave je profesionalna realizacija projekata vezanih za užu oblast odabranog Modula (Grafičke komunikacije) kroz sve segmente dizajna i primjene dizajnerskih principa i standarda. Osposobljavanje studenata za samostalan stvaralački rad na savladavanju praktičnih, tehničko-tehnoloških i teorijskih iskustava u širokoj oblasti koju pokrivaju grafičke komunikacije.
Ime i prezime nastavnika i saradnika	prof. mr Ana Matić - nastavnik, Sandra Đurović - saradnik.
Metod nastave i savladanja gradiva	Frontalna predavanja, praktični individualni procesni rad - vježbe, istraživački rad, prezentacije, diskusije. Neki segmenti nastave tj. procesnih vježbi mogu biti organizovani kroz radionice ili kao kolokvijum.
I nedjelja, pred.	Korporativni identitet i Total dizajn
I nedjelja, vježbe	v1. – koncept i postavka “novog brenda” / ime brenda
II nedjelja, pred.	Pojam i vrednovanje brenda/marke
II nedjelja, vježbe	v1. – koncept i postavka “novog brenda” / proizvodni program / razvoj labela
III nedjelja, pred.	Metode koncipiranja složenog projekta postavke “Brenda” / k1a. – odabir teme završnog rada
III nedjelja, vježbe	v1. – koncept i postavka “novog brenda” / projektovanje vizuala
IV nedjelja, pred.	Obrazloženje koncepta “novog brenda”
IV nedjelja, vježbe	v1. – koncept i postavka “novog brenda” / projektovanje ambalaže / k1b. – uža specifikacija teme završnog rada)
V nedjelja, pred.	Odnos Brenda i proizvoda
V nedjelja, vježbe	v1. – koncept i postavka “novog brenda” / projektovanje ambalaže
VI nedjelja, pred.	Servis dizajn i mentalni modeli percepcije dizajn proizvoda
VI nedjelja, vježbe	v1. – koncept i postavka “novog brenda” / izrada maketa za ambalažu
VII nedjelja, pred.	Advertajzing – koncept i produkcionni okvir / k1c. – prijedlog koncepta završnog rada
VII nedjelja, vježbe	v1. – koncept i postavka “novog brenda” / izrada maketa za ambalažu
VIII nedjelja, pred.	Advertajzing – štampani / elektronski mediji
VIII nedjelja, vježbe	v1. – koncept i postavka “novog brenda” / prezentacija brenda
IX nedjelja, pred.	Projektovanje složenih labela za proizvode
IX nedjelja, vježbe	v1. – koncept i postavka “novog brenda” / prezentacija serije ambalaže
X nedjelja, pred.	Analiza i ocjena zadatka br. 1 / Obrazloženje teme za zadatke br. 2 i 3 / Analiza koncepta završnog rada
X nedjelja, vježbe	v2. – projektovanje orijentacionih sistema na zadatu temu – timski rad / v3. – Statement ili angažovani plakat
XI nedjelja, pred.	Obilježavanje prostora i orijentacioni sistemi
XI nedjelja, vježbe	v2. – projektovanje orijentacionih sistema na zadatu temu – timski rad / v3. – Statement ili angažovani plakat
XII nedjelja, pred.	Projektovanje jednostavnih orijentacionih sistema
XII nedjelja, vježbe	v2. – projektovanje orijentacionih sistema na zadatu temu – timski rad / v3. – Statement ili angažovani plakat
XIII nedjelja, pred.	Projektovanje kompleksnih orijentacionih sistema
XIII nedjelja, vježbe	v2. – projektovanje orijentacionih sistema na zadatu temu – timski rad / v3. – Statement ili angažovani plakat
XIV nedjelja, pred.	Analiza zadataka br. 2 i 3 / k2. – analiza primjera na osnovu istraživanja teme završnog rada
XIV nedjelja, vježbe	v2. – projektovanje orijentacionih sistema na zadatu temu – timski rad / v3. – Statement ili angažovani plakat
XV nedjelja, pred.	Usmena prezentacija zadatka br. 1 / Ocjena zadataka br. 2 i 3
XV nedjelja, vježbe	
Obaveze studenta u	Svaki student je obavezan da redovno pohađa nastavu, kroz procesni rad i uz konsultacije realizuje

toku nastave	sve predviđene vježbe i zadatke.XV sedmice u semestru student je dužan da realizuje (odštampa) sve predviđene vježbe/zadatke i učestvuje u pripremi postavke
Konsultacije	Nedjeljno - u terminu predviđenom rasporedom za određenu studijsku godinu/semestar.
Opterećenje studenta u casovima	nedjeljno: 10 kredita x 40/30 = 13 sati 20 min Predavanja: Vježbe: Ostale nastavne aktivnosti: Individualni rad studenata: 13 sati 20 min / u semestru: Nastava i završni ispit (13 sati 20 min.) x 16 = 213 sati 20 min Neophodne pripreme prije početka semestra 2 x (13 sati 20 min.) = 26 sati 40 min Ukupno opterećenje za predmet 10 x 30 = 300 Dopunski rad od 0 do 60 sati Struktura opterećenja 213 sati 20 min (nastava) + 26 sati 40 min (priprema) + 60 sati (dopunski rad)
Literatura	Individualni spisak u odnosu na odabranu temu završnog rada. LETTERHEAD & LOGO DESIGN, Rockport Publisher, 2003; Graphis poster 93 – The international annual of poster art; Graphis poster annual 2002 - The international annual of poster art; SWISS GRAPHIC DESIGN, Robert Klanten, Hendrik Hellige, Mika Mischler, 2000; IDENTITY – Charlotte Rivers, Rotovision, 2003; THE GRAPHIC LANGUAGE OF NEVILLE BRODY 1,2 - Thames&Hudson; DESIGN ANNUAL 2001, Graphis; DESIGN ANNUAL 2002, Graphis; NEW TALENT DESIGN ANNUAL 2002, Graphis; SWISS GRAPHIC DESIGN, Robert Klanten, Hendrik Hellige, Mika Mischler, 2000; ICONS OF GRAPHICE DESIGN, Steven Heller & Mirko Ilić, 2008; CASE SERBIA – Najbolji brendin I dizajn projekta, Tras:east, Beograd, 2007; REWIND – FORTY YEARS OF DESIGN & ADVERTISING, Phaidon, 2002; ART DIRECTORS ANNUAL 84, Rotovision, 1984; FALSE FLAT Why Dutch Design is So Good, Aaron Betsky, Adam Eeuwens, Phaidon; HOW TO FOLD, The Pepin Press, 2005; SUCCESSFUL FOOD PACKAGIN DESIGN, Rotovision, 2006; THIS END UP – Original approaches to packaging design, Rotovision, 2003: Marks of Excellence – Per Mollerup, Phaidon; Design of Disent – Milton Glaser, Mirko Ilic; Brend menadžment – Branko Rakita; IDENTIFY: Basic Principles of Identity Design in the Iconic Trademarks of Chermayeff & Geismar – Tom Geismar, Sagi Haviv Ivan Chermayeff; Print Publishing.menadžment – Branko Rakita; THE ANATOMY OF DESIGN – Stiven Heller, Mirko Ilić, Rockport; Grupa autora:THIS IS SERVICE DESIGN THINKING, BIS; Kevin Budelmann: Essential Elements for Brand Identity: 100 Principles for Designing Logos and Building Brands, Rockport Publishers; Jim Krause: The Logo Brainstorm Book, HOW Books.
Oblici provjere znanja i ocjenjivanje	Redovnost pohađanja nastave i aktivnost na nastavi do 10 bodova; Realizacija vježbi 40 bodova; Kolokvijumi ukupno 20 bodova; Završni ispit 30 bodova; Prelazna ocjena se dobija ako se sakupi 51 bod.
Posebne naznake za predmet	Individualni rad sa svakim studentom. Na početku semestra student u dogovoru sa mentorom bira užu temu iz oblasti odabranog MODULA kojom će se baviti u okviru Završnog rada. Pored redovnih zadataka studenti vrše istraživanje teme koju su odabrali za završ
Napomena	
Ishodi učenja	Po završetku predmeta, student će biti osposobljen da: 1. Samostalno kreira kompletan vizuelni identitet, seriju ambalaže i ostali promo materijal za određeni brend uz razumijevanje principa korporativnog identiteta, brendinga i oglašavanja u odnosu na kanale komunikacije. 2. Kritički analizira sopstveni dizajn i dizajn drugih u smislu funkcije, upotrebljivosti, poželjnosti, tehničko-tehnološke izvodljivosti, ekonomske isplativosti i održivosti. 3. Identifikuje probleme i kreira adekvatna vizuelna rješenja u oblasti signalizacije i orijentacionih sistema. 4. Razumije osnove poslovne prakse, uključujući i mogućnost da samostalno organizuje manje dizajn projekte i doprinosi timskom radu.