

Integrált terméktervezés és Terméktervezés módszertana

1A	<p>Anyag:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Életterünk anyagi síkjai és jellemzői. - Az anyag általános megjelenési formája. - Az anyag másodlagos értelmezése. 	1B	Színfunkciók és szerepük a tervezésben.
2A	<p>Az emberi igények:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Egyéni igények – személyes tárgy. - Közösségi igények jelentősége. - Globális társadalom – ökoszemlélet. 	2B	A kontrasztok szerepe a tervezésben. Nevezetesen szíkontrasztok.
3A	<p>A funkciók meghatározása – funkcióhordozók:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Használati funkció. - Esztétikai funkció. - Marketing funkció dominanciája. 	3B	Marketing fogalma, kialakulása, területei. Egy vállalat makro- és mikrokörnyezetét befolyásoló tényezők.
4A	<p>A művészi ábrázolás:</p> <ul style="list-style-type: none"> - „Izmusok” hatása. - Funkcionalizmus. - Iparművészet és design. 	4B	Az ergonómia tudományának és gyakorlatának fejlődése. Az ergonómia alkalmazásának története.
5A	<p>A modern, mint stílus:</p> <ul style="list-style-type: none"> - A XX. sz. globális folyamatai. - A posztmodern és minimalizmus. 	5B	<p>Az ergonómia alapjai, az emberi használatra tervezés.</p> <p>Az ergonómiai termékfejlesztés, minőség és a különböző tervezői stratégiák.</p>
6A	<p>A tudomány és művészet kapcsolata:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Technológiai fejlődés. - Ipari termék – sorozatgyártás kezdete. - A formatervezés megjelenése. 	6B	Az emberi észlelés és megismerés működése. A rövid és a hosszú távú memória felépítése, jellemzői.

Integrált terméktervezés és Terméktervezés módszertana

<p>Alkalmazott művészet:</p> <p>7A</p> <ul style="list-style-type: none"> - Design, craft, styling. - A design – formatervezés területei. - Formatervezés szakaszai. 	<p>7B</p> <p>Az emberi információfeldolgozás alapjai. A legfontosabb érzékszervi csatornák működési mechanizmusai.</p>
<p>A termék meghatározása:</p> <p>8A</p> <ul style="list-style-type: none"> - Anyagi javak, szolgáltatások. - A gyártó céljai. - Piaci, kereskedelmi folyamatok. 	<p>8B</p> <p>A felhasználói igények megismerésének lehetőségei. A termékek ergonómiai minőségének meghatározása.</p>
<p>Ipari termelés - történet:</p> <p>9A</p> <ul style="list-style-type: none"> - Kézművesség - Kisipar - Gyáripar 	<p>9B</p> <p>Kereskedelem nemzetgazdasági szerepe, makro- és mikro-ökonómiai funkciói, szervezete. Fogyasztói magatartást és vásárlói döntést befolyásoló főbb tényezők.</p>
<p>Team munka:</p> <p>10A</p> <ul style="list-style-type: none"> - Innováció - Integráció - Specializáció 	<p>10B</p> <p>A kommunikációs politika elemei. A marketingkommunikáció területei, eszközeinek összehasonlítása. A reklám és a pszichológia kapcsolata.</p>
<p>A termék előállítás:</p> <p>11A</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tervdokumentálás - Gyártmánytervezés - Teszt 	<p>11B</p> <p>A termékpolitika elemei. A márka fogalma, értéke, típusai.</p>

Integrált terméktervezés és Terméktervezés módszertana

<p>A termék, mint piaci szereplő:</p> <p>12A - Ár – érték viszonyrendszer. - Kereskedelem politika. - Marketing</p>	<p>12B A speciális felhasználói körök számára történő tervezés.</p>
<p>Elavulás, értékvesztés:</p> <p>13A - Új értékek. - „Visszavásárlás”. Termék-életciklus - Feldolgozás – hasznosítás.</p>	<p>13B Az antropometria alapjai. Az antropometriai adatforrások ismertetése és alkalmazásuk. Statikus és dinamikus antropometriai adatok használata a tervezésben.</p>
<p>A terméktervezés folyamat jellege:</p> <p>14A - Tervezés módszertan. Elvárásoknak megfelelés. - Gyártási folyamatok. - Termék ökoszisztéma – újrahasznosítás.</p>	<p>14B Piackutatás célja, felosztása, információs forrásai. A mennyiségi piackutatás formáinak összehasonlítása. Stratégiai tervezés alapjai.</p>
<p>A terméktervezést motiváló tényezők:</p> <p>15A - Energiaforrások. - Innováció - Új fejlesztési, gyártási technológiák.</p>	<p>15B Színharmónia-típusok és stílust meghatározó tulajdonságaik.</p>

2011. november 21.

Jóváhagyta: Dr. Kisfaludy Márta egyetemi docens, intézetigazgató. TTI