

Integrált terméktervezés és Terméktervezés módszertana / Terméktervezés módszertana, Design, Ergonómia

1A	<p>Az ipari formatervezés kialakulása – a designtörténet kezdeti időszaka</p> <ul style="list-style-type: none"> – az ipari formatervezés kialakulásának kiváltó oka – a design szó jelentése – a design létrejöttéhez kapcsolható személyek és iskolák 	1B	<p>Színfunkciók és szerepük a tervezésben.</p>
2A	<p>Az alkotóművészet műfajai (min. három alkotóművész/designer ismertetése)</p> <ul style="list-style-type: none"> – Art fogalma a tervezőművészetben – Craft fogalma a tervezőművészetben – Design fogalma a tervezőművészetben – Styling fogalma a tervezőművészetben (min. három példa) 	2B	<p>Marketing fogalma, kialakulása, területei. Egy vállalat makro- és mikrokörnyezetét befolyásoló tényezők.</p>
3A	<p>A formatervezés megközelítései</p> <ul style="list-style-type: none"> – művészeti-esztétikai megközelítés – fogyasztó-orientált formatervezés – értékesítés-orientált formatervezés – termékorientált formatervezés – társadalom- és környezetorientált formatervezés 	3B	<p>A kontrasztok szerepe a tervezésben. Nevezetes színekontrasztok.</p>
4A	<p>A termék fogalma</p> <ul style="list-style-type: none"> – a termék létrejöttének ismertetése, termékfajták – termék szintek – a termék viszonyrendszere 	4B	<p>Az ergonómia tudományának és gyakorlatának fejlődése. Az ergonómia alkalmazásának története.</p>
5A	<p>A termék életszakaszai</p> <ul style="list-style-type: none"> – a termék életgörbe ismertetése – a termék piacra állításának lehetőségei – a gyártó lehetőségei a termék elavulásakor 	5B	<p>Az ergonómia alapjai, az emberi használatra tervezés. Az ergonómiai termékfejlesztés, minőség és a különböző tervezői stratégiák.</p>

6A	A termék pozicionálása <ul style="list-style-type: none"> – a pozicionálás fogalma – a terméktervezést befolyásoló fogyasztói csoportok elemzése – fogyasztói csoportoknak adott tervezői válaszok 	6B	Az emberi észlelés és megismerés működése. A rövid és a hosszú távú memória felépítése, jellemzői.
7A	Igény <ul style="list-style-type: none"> – az igény fogalma és kapcsolata egy termékkel – az igények pszichológiai leírása – az igények tervezésméleti leírása – közösségi igények szerepe a tervezésben 	7B	Az emberi információfeldolgozás alapjai. A legfontosabb érzékszervi csatornák működési mechanizmusai.
8A	Funkció <ul style="list-style-type: none"> – a funkció fogalma – funkciók viszonyának ismertetése – 5 szabadon választott funkció ismertetése 	8B	Kereskedelem nemzetgazdasági szerepe, makro- és mikro- ökonómiai funkciói, szervezete. Fogyasztói magatartást és vásárlói döntést befolyásoló főbb tényezők.
9A	A terméktervezés menete <ul style="list-style-type: none"> – a terméktervezés menetének ismertetése az igény felmerülésétől műszaki dokumentáció leadásáig – a terméktervezést befolyásoló külső és belső tényezők – a műszaki dokumentáció részletes leírása 	9B	A termékpolitika elemei. A márka fogalma, értéke, típusai.
10A	A termékgyártás menete <ul style="list-style-type: none"> – a termékgyártás menetének ismertetése a műszaki dokumentációtól a csomagolásig – terméktesztek – tervezői válaszok a gyártás során felmerülő problémák megoldására 	10B	A kommunikációs politika elemei. A marketingkommunikáció területei, eszközeinek összehasonlítása. A reklám és a pszichológia kapcsolata.

11A	CAD-CAM tervezés – CAD-CAM fogalma – CAD-CAM felhasználási területei – 5 szabadon választott tervezői program rövid ismertetése	11B	A speciális felhasználói körök számára történő tervezés.
12A	Alkotói technikák – teammunka ismertetése és szerepe az integrált terméktervezésben – egyéni tervezési munka és a teammunka előnyei, hátrányai – csoportos „ötletelési” technikák rövid ismertetése	12B	Színharmonia-típusok és stílust meghatározó tulajdonságaik.
13A	Innováció – az innováció fogalma – innovációs szintek – az innovációhoz szükséges eszközök és források	13B	Az antropometria alapjai. Az antropometriai adatforrások ismertetése és alkalmazásuk. Statikus és dinamikus antropometriai adatok használata a tervezésben.
14A	Ökodesign - fenntarthatóság – az ökodesign és a fenntarthatóság fogalma – a fenntarthatóság tervezői megközelítése – az ökotudatos tervezés különböző szintjei	14B	Piackutatás célja, felosztása, információs forrásai. A mennyiségi piackutatás formáinak összehasonlítása. Stratégiai tervezés alapjai.
15A	Korszerű anyagok – a korszerű anyagok ismérvei – fenntarthatóság az anyagfejlesztésben – 5 szabadon választott korszerű anyag rövid ismertetése	15B	A felhasználói igények megismerésének lehetőségei. A termékek ergonómiai minőségének meghatározása.

2018. március 13.

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