



Linnéuniversitetet

Kalmar Växjö

Kursplan

Fakulteten för konst och humaniora

Institutionen för design

1DI158 Designhistoria II, 2 högskolepoäng

1DI158 Design History II, 2 credits

Huvudområde

Design

Ämnesgrupp

Design

Nivå

Grundnivå

Fördjupning

G1F

Fastställande

Fastställd av Fakulteten för konst och humaniora 2013-12-09

Kursplanen gäller från och med vårterminen 2014

Förkunskaper

1DI131 Designhistoria I, 3 hp, eller motsvarande

Mål

Efter genomgången kurs förväntas studenten ha fått en grundläggande kunskap inom designhistoria ur olika perspektiv och inom olika tillämpningsområden och att förstå sambandet mellan design och samhällsutvecklingen historiskt. Studenten förväntas ha utvecklat sådana studiefärdigheter att den kan urskilja, formulera, problematisera och ställa nya frågor som är relevanta för ämnet Designhistoria/Estetik. Studenten förväntas ha utvecklat sådan studiefärdigheter som krävs för att söka och värdera kunskap utifrån vetenskapligt och konstnärlig grundnivå.

Kunskap och förståelse

Studenten ska kunna:

- reflektera om design/artefaktens koppling till sin historiska tid.
- kritiskt granska design/artefakten och dess roll i vardagslivet.
- reflektera om artefaktens estetik/utformning.

Färdighet och förmåga

Studenten ska kunna:

- redovisa kunskap utifrån de olika perspektiven: artefakten i historien, artefakten och vardagslivet och artefaktens estetik.
- redovisa reflektioner och förståelse utifrån de olika perspektiven: artefakten i historien. Artefakten och vardagslivet, artefakten och dess koppling till människan och artefaktens estetik.

Värderingsförmåga och förhållningssätt

Studenten ska kunna:

- kritiskt granska och bedöma olika tidsepokers estetiska uttryck kopplat till samhällsutvecklingen historiskt
- granska, argumentera och bedöma de olika epokenas artefakter utifrån ett användarorienterat förhållningssätt.

Innehåll

Estetikens begrepp och designhistoria.

Undervisningsformer

Undervisningen består av föreläsningar, workshops och enskilda färg- och formövningar. Det är obligatorisk närvaro på schemalagda moment.

Examination

Kursen bedöms med betygen Underkänd, Godkänd eller Väl godkänd.

För betyget godkänd ska de förväntade studieresultaten vara uppnådda.

Examinationen sker genom presentation och redovisning i workbook. Bedömningen utgår från workbookens fem dimensioner där varje dimension kan ge 1-7 p. Vid betygssättningen används betygen Väl godkänd (28-35 p), Godkänd (13-27 p) eller Underkänd (0-12 p).

Omexamination erbjuds inom sex veckor inom ramen för ordinarie terminstider. Antalet examinationstillfällen är begränsat till fem gånger.

Kursvärdering

I slutet av kursen genomförs en kursvärdering enligt Linnéuniversitetets riktlinjer. Utvärderingsresultatet sammanställs i en kursrapport vilken arkiveras hos institutionens administratör samt tas upp i programrådet. Resultatet av utvärderingen och eventuellt vidtagna åtgärder kommuniceras med kursansvarig och presenteras för studenterna vid nästa kurstillfälle.

Överlappning

Kursen kan inte ingå i examen med annan kurs, vars innehåll helt eller delvis överensstämmer med innehållet: Ersätter kursplan 1DI133

Kurslitteratur och övriga läromedel

Obligatorisk litteratur

Heskett, Johan (2004) *Design - en introduktion*. Raster förlag, ISBN 9 789 187 215 728

Referenslitteratur

Designhistoria

Vihma, Susann (2004) *Designhistoria – en introduktion*. Raster förlag. ISBN 91 87215 373

Woodham, Jonathan M. (2006) *A Dictionary of Modern Design*. 3006, ISBN 978 019 280 639 0

Grafisk designhistoria

- Georges, Jean (1993) *Skriftens historia genom sex tusen år*. Berghs förlag. ISBN 91 502 1067
- Georges, Jean (1993) *Tecken och symboler – skriftens dubbelgångare*. Berghs förlag. ISBN 91 502 1145 5
- Heller, Steven & Balance, Georgette (2001) *Graphic Design History*. Allworth Press. ISBN 978 15811 50 940
- Hollis Richard (1994) *Graphic Design – A Concise History*. Thames & Hudson. ISBN 13978 0 500 203 477
- Meggs, Philipps B. (1998) *A History of Graphic Design*. J.Wiley & Sons. ISBN 978 0471 69902 6
- Wildbur, Peter & Burk, Michael (1999) *Information Graphics: Innovative Solutions in Contemporary Design*. Thames & Hudson. ISBN 13978 0 500 289 77 0

Inredning och möbler

- Pile, John (2004) *A History of Interior Design*. L. King Publishing. ISBN 978 1856694 186
- Rybczynski, Witold (1986) *Home: A Short History of an Idea*.
- Viking Sembach, K-J., Leuthäuser, G & Gössel, P. (1990) *Möbeldesign under 1900-talet*. Taschen. ISBN 3 8228 0365 0
- Sparke, Penny (1999) *Design, 1900-talets pionjärer*. Bonniers. ISBN 91 0 056828 7

Industridesign

- Dormer, Peter (1993) *Design Since 1945*. Thames and Hudson. ISBN 0 500 20261 3
- Forty, Adrian (1992) *Objects of Desire: Design and Society Since 1750*. Thames & Hudson. ISBN 13 978 0500 2742 5
- Heskett, John (1980) *Industrial Design*. Thames & Hudson. ISBN 13 978 0500 20 181 7
- de Noblet, Jocelyn (red) (1993) *Industrial Design, Reflection of a Century*. Flammarion. ISBN 2 08013 539 2

Design och samhälle

- Aynsley, Jeremy (1993) *Nationalism an Internationalism: Design in the 20th Century Victoria and Albert Museum*
- Bonsiepe, Gui & van Eyck, Jan (1999) *Interface: An approach to Design*. Akademie Csikszentmihalyi, Mihaly & Rochberg-Halton, Eugene (1981) *The meaning of things: Domestic Symbols and the Self*. Cambridge University Press. ISBN 978 0521 2877 46
- Douglas, Mary (1996) *The World of Goods: Towards an Anthropology of Consumption*. Routledge. ISBN 9 780 415 130 476
- Norman, Donald A (1990) *The Design of Everyday Things*. Currency Doubleday. ISBN 978 03526 7748
- Seely Brown, Johan & Duguid, Paul (2000) *The Social Life of Information*. Harvard Business School Press. Product number 7087
- Woodham, Jonathan M (2004) *Twentieth Century Design*. Oxford University Press. ISBN 978 019 28404 6

Design som profession/yrke

- Design Secrets: Products – 50 Real-life projects Uncovered*. The Industrial Designers Society of America, Rockport Publisher. 2001. ISBN 1 592 530 710
- Kunkel, Paul (2001) *The Art of Innovation: Lessons in Creativity from Ideo, America's Leading Design Firm*, Doubleday. ISBN 385 499841
- The work of the Sony Design Centre*. Universe Publisher. 1999. ISBN 978 0789 302625

Design och ekonomi

Carter, David E. (red) (2001) *Big Book of Corporate Identity Design*. Watson- Gro.
ISBN 978 082300 4904

Cooper, Rachel & Press, Mike (1995) *Design Management: Managing Design*. Wiley.
ISBN 978 047194106-1

Olins, Wally *Corporate Identity: Making Business Strategy Visible through Design*.
Thames & Hudson. ISBN 050027808