



## Kursplan

Fakulteten för konst och humaniora

Institutionen för design

2DI585 Visual Communication and Change, 30 högskolepoäng

Visual Communication and Change, 30 credits

### Huvudområde

Design

### Ämnesgrupp

Design

### Nivå

Grundnivå

### Fördjupning

G2F

### Fastställande

Fastställd av Fakulteten för konst och humaniora 2016-12-19

Kursplanen gäller från och med höstterminen 2017

### Förkunskaper

90 hp i grafisk design eller visuell kommunikation samt godkänd portfolio.

Engelska B eller motsvarande.

### Mål

Efter avslutad kurs förväntas studenten kunna:

- praktiskt tillämpa visuell kommunikation som förändringsagent i relation till konsumtionsmönster och ekonomiska system,
- praktiskt tillämpa visuell kommunikation som förändringsagent i relation till en kritisk och utmanande omarbetning av ett existerande material,
- praktiskt tillämpa infografik som förändringsagent i relation till komplexa system utifrån ett helhetsperspektiv.

### Delkurs 1 – Antilogo. 7,5 hp

Efter avslutad kurs förväntas studenten kunna:

- praktiskt tillämpa visuell kommunikation som förändringsagent i relation till konsumtionsmönster och ekonomiska system,
- genomföra kritisk grafisk design kring konsumtionsmönster och ekonomiska system,
- genom gestaltning utforska konsumtionsmönster och ekonomiska system,
- kartlägga och redogöra för konsumtionsmönster och ekonomiska system utifrån ett hållbarhetsperspektiv.

### Delkurs 2 – Propaganda vs reklam. 7,5 hp

Efter avslutad kurs förväntas studenten kunna:

- praktiskt tillämpa visuell kommunikation som förändringsagent i relation till en kritisk och utmanande ombearbetning av existerande material,
- genomföra kritisk visuell kommunikation genom en kritisk och utmanande ombearbetning av ett existerande material,
- genom gestaltning utforska kritiska och utmanande uttrycksformer,
- kartlägga och analysera propaganda och reklam utifrån ett hållbarhetsperspektiv.

### **Delkurs 3 – Change. 15 hp**

Efter avslutad kurs förväntas studenten kunna:

- praktiskt tillämpa infografik som förändringsagent i relation till komplexa system utifrån ett holistiskt perspektiv,
- i samverkan med omgivande samhälle formulera, avgränsa och genomföra ett projekt inom infografik,
- genom gestaltning utforska komplexa system från ett helhetsperspektiv,
- i form av en skriftlig reflektion utvärdera och kontextualisera sin designprocess utifrån ett hållbarhetsperspektiv.

### **Innehåll**

Examinerande moment är obligatoriska och framgår av kursens studiehandledning.

#### ***Delkurs 1 Antilogo 7,5 högskolepoäng***

I seminarier, gestaltungsövningar och workshops utforskar och kartlägger studenten konsumtionsmönster och ekonomiska system utifrån ett hållbarhetsperspektiv. Med stöd i form av handledning och gruppdiskussioner genomför studenten även ett projekt inom kritisk grafisk design med fokus på konsumtionsmönster och ekonomiska system utifrån ett hållbarhetsperspektiv.

#### ***Delkurs 2 Propaganda vs reklam 7,5 högskolepoäng***

I seminarier och workshops utforskar och kartlägger studenten propaganda och reklam och i gestaltungsövningar omarbetar studenten på ett kritiskt och utmanande sätt ett existerande material och övar sig i kritiska och utmanande uttrycksformer i relation till reklam och propaganda. Med stöd i form av handledning och gruppdiskussioner genomför studenten även ett projekt inom kritisk visuell kommunikation med fokus på en kritisk och utmanande omarbetning av ett existerande material utifrån ett hållbarhetsperspektiv.

#### ***Delkurs 3 Förändring 15 högskolepoäng***

I seminarier, gestaltungsövningar och workshops utforskar studenten infografik som en form av visualisering av komplexa system utifrån ett helhetsperspektiv. Med stöd i form av handledning och gruppdiskussioner och i samverkan med det omgivande samhället genomför studenten även ett projekt inom infografik med fokus på visualiseringen av komplexa system utifrån ett helhetsperspektiv.

### **Undervisningsformer**

Undervisningen sker i form av workshops, gestaltungsövningar, seminarier och handledning.

### **Examination**

Kursen bedöms med betygen A, B, C, D, E, Fx eller F.

*Examination delkurs 1:* Studenten bedöms utifrån gestaltungsövningar samt dokumentation och presentation av en designprocess inom kritisk grafisk design med fokus på konsumtionsmönster och ekonomiska system.

*Examination delkurs 2:* Studenten bedöms utifrån gestaltungsövningar samt dokumentation och presentation av en designprocess inom kritisk visuell kommunikation med fokus på reklam och propaganda, samt den kritiska och utmanande omarbetningen av ett existerande material utifrån ett hållbarhetsperspektiv.

av ett existerande material utifrån ett närbarnetsperspektiv.

*Examination delkurs 3:* Studenten bedöms utifrån gestaltungsövningar, dokumentation och presentation av en designprocess inom infografik med fokus på visualiseringen av komplexa system utifrån ett helhetsperspektiv och med hållbarhetsfokus, samt en skriftlig inlämningsuppgift.

Betyget A utgör det högsta betygssteget, resterande betyg följer i fallande ordning där betyget E utgör det lägsta betygssteget för att vara godkänd. Betyget F innebär att studentens prestationer bedömts som underkända.

Studierande som ej godkänts vid ordinarie examinationstillfälle ges möjlighet till omexamination i enlighet med universitetets lokala regler.

### Kursvärdering

Under kursens genomförande eller i nära anslutning till kursen genomförs en kursvärdering. Resultat och analys av kursvärderingen ska återkopplas till de studenter som genomfört kursen och de studenter som deltar vid nästa kurstillfälle.

Kursvärderingen genomförs anonymt. Kursvärderingen arkiveras enligt institutionens bestämmelser.

### Överlappning

Kursen kan inte ingå i examen med annan kurs, vars innehåll helt eller delvis överensstämmer med innehållet: 2DI575 Design and Change, 15 hp.

### Övrigt

Betygskriterier för A-F-skalan kommuniceras till studenten via särskilt dokument.

Studenten informeras om kursens betygskriterier senast i samband med kursstart.

Tillkommande kostnader för material och utskrifter bekostas av studenten.

### Kurslitteratur och övriga läromedel

#### **Litteraturförteckning Delkurs 1 - Antilogo 7,5 hp**

##### **Obligatorisk litteratur**

Berman, D (2009) *Do good design*. AIGA Design Press/New Riders. ISBN 9780321573209. 100 sidor. (<https://www.davidberman.com/wp-content/uploads/DoGoodBermanForCh1Ch12Index.pdf>)

Klein, N. (2009) *No Logo*. HarperCollins UK. ISBN 9780007340774. 120 sidor.

Latour, B. (2016) *Reset Modernity!*. MIT Press. ISBN 9780262034593. 120 sidor.

*Kompendier med relevanta utdrag ur litteratur och artiklar som tillhandahålls av institutionen, ca 150 sidor.*

#### **Litteraturförteckning Delkurs 2 - Propaganda vs reklam 7,5 hp**

##### **Obligatorisk litteratur**

Guattari, F. (2014) *The Three Ecologies*. Bloomsbury Academic. ISBN 9781472523815. 150 sidor.

Bernays, E. (2004) *Propaganda*. Ig Publishing. ISBN 9780970312594. 50 sidor.

Soules, M. (2015) *Media, Persuasion and Propaganda*. Edinburgh University Press. ISBN 9780748644155. 120 sidor.

*Kompendier med relevanta utdrag ur litteratur och artiklar som tillhandahålls av institutionen, ca 130 sidor.*

#### **Litteraturförteckning Delkurs 3 - Förändring 15 hp**

##### **Obligatorisk litteratur**

**obligatorisk litteratur**

Latour, B. (2013) *An Inquiry into Modes of Existence*. Harvard University Press. ISBN 9780674724990. 110 sidor.

Miller, K. (2014) *Organizational Communication: Approaches and Processes*. Wadsworth Publishing. ISBN 9781285164205. 70 sidor.

*Kompendier med relevanta utdrag ur litteratur och artiklar som tillhandahålls av institutionen, ca 200 sidor.*