

Bildungsgang (Anlage ABP-BK)	Jahrgangsstufe	Fach/Lernfeld	Lehrkraft
D18	12	Gestaltungstechnik	Meier

Quartal	Themen	wesentliche Kompetenzen	Inhalte	Leistungsbewertung
I	<p>Kursthema: Phasen des Projekt- und Designmanagements</p> <p>Analyse des Projektauftrags</p>	<p>Die Schülerinnen und Schüler</p> <ul style="list-style-type: none"> - erschließen systematisch für inhaltliche Aussagen relevante Eigenschaften, Charakteristika und Bezüge und werten diese aus, - ermitteln durch Anwendung differenzierter Suchstrategien in verschiedenen Medien Informationen zu komplexen fachbezogenen Aufgabenstellungen, - strukturieren gesammelte Informationen, - stellen Sachverhalte und Zusammenhänge strukturiert und fachlich korrekt dar, - setzen Sachverhalte in nachvollziehbare Beziehungen und kommen zu Ergebnissen, 	<ul style="list-style-type: none"> - Umschlagsgestaltung (Vorderseite, Rücken, Rückseite) für die überarbeitete Neuauflage des Ausstellungskatalogs „Die Rheinischen Expressionisten“ des Bonner Kunstmuseums. - Analyse des Projektauftrags (Briefing) hinsichtlich Ziele, Motivation, Ausgangssituation, Vorgängerprojekte, Gestaltungsvorgaben, Zielgruppenprofil. - Untersuchung des Zielgruppenprofils: Betrachtung der demografischen und psychografischen Merkmale sowie der Merkmale des beobachtbaren Konsumverhaltens, Einordnung in die Sinus-Milieus. 	<p>Mündliche Mitarbeit</p> <p>Schriftliche Analysen</p> <p>Rechercharbeit</p> <p>Teamarbeit mit Präsentation</p> <p>Anwendung von Fachsprache</p> <p>Rechercharbeit</p>

	<p>Konzeptentwicklung</p>	<ul style="list-style-type: none"> - beschreiben subjektive Eindrücke und Beobachtungen und - reflektieren diese hinsichtlich des Gestaltungsproblems, - erfassen die Gestaltungsproblematik, - ziehen auf der Grundlage der zusammengetragenen Ergebnisse und Informationen sachgerechte Schlussfolgerungen und - leiten daraus Zielformulierungen ab, - entwickeln Lösungsansätze auf der Grundlage von Kenntnissen, Erkenntnissen und Fertigkeiten, - konzipieren Problemlösungen alternativ und variantenreich, - formulieren Beiträge unter Verwendung angemessener Fachterminologie, - beurteilen und überarbeiten die sprachliche Darstellung in Texten (z. B. Verständlichkeit), 	<ul style="list-style-type: none"> - Untersuchung: Ist-Zustand des aktuellen Produkts (Gestaltungselemente, Layout...). - Museumsbesuch. - Feedbackrunde. - Covergestaltungen älterer Katalogausgaben und Kataloge anderer Sammlungen werden hinsichtlich der eingesetzten Gestaltungsmittel und -konzepte (Wahrnehmung der Gestaltungselemente, Aktivierungspotential, Gestaltgesetze, Blickverlauf, Bildelemente, Typografie, Logo) vergleichend analysiert. - Zielformulierung, hier Designoptimierung (Modernisierung, Veränderung des Zielgruppenprofils). - Kreativtechniken, hier Morphologische Matrix: Lösungsvarianten werden erarbeitet und ausgewertet. 	<p>Schriftliche Problemanalysen und Zielformulierung</p> <p>Entwicklung von Lösungswegen</p> <p>Mündliche Mitarbeit</p> <p>Teamarbeit</p> <p>Praktische Gestaltungsarbeit mit Reflexionsanteil</p> <p>Klausur</p> <p>Teamarbeit</p>
--	---------------------------	---	---	---

	<p>Projektplanung</p>	<ul style="list-style-type: none"> - bearbeiten komplexe Problemzusammenhänge teamorientiert, - beziehen zu fachlichen Problemstellungen Stellung, machen das eigene Urteil anderen verständlich, begründen dieses rational und vertreten es argumentativ, - berücksichtigen kritische Stellungnahmen anderer lösungsfördernd, - strukturieren Prozessverläufe nachvollziehbar, 	<ul style="list-style-type: none"> - Teamkoordination: Verteilung der einzelnen Aufgaben- und Verantwortungsbereiche innerhalb des Teams. - Ablaufplanung: Reihenfolge der einzelnen Vorgänge festlegen, Etappenziele formulieren, Termine fixieren, Analysen der Etappenziele zwecks Projektüberwachung. - Dokumentation des geplanten Prozessverlaufs. 	<p>Mündliche Mitarbeit</p> <p>Strukturierter Prozessverlauf</p> <p>Gestaltungsplanung und begründete Gestaltungsentscheidungen</p> <p>Rechercharbeit</p> <p>Praktische Gestaltungsarbeit</p> <p>Reflexion über Arbeitsprozesse (aufgabenbezogene Beurteilung der Gestaltungsergebnisse und der Entscheidungsfindung im Portfolio und in regelmäßigen Zwischenpräsentationen)</p> <p>Portfolio</p> <p>Präsentation</p> <p>Vortrag</p>
	<p>Realisierung</p> <p>Präsentation und Dokumentation</p>	<ul style="list-style-type: none"> - erstellen ausgehend von gegeben Problemstellungen zielgerichtete Gestaltungen durch sachgerechte Anwendung bekannter gestalterischer Mittel, 	<ul style="list-style-type: none"> - Planmäßige Gestaltung gemäß getroffener Gestaltungsentscheidungen unter Berücksichtigung der im Briefing enthaltenen Konstanten, 	
	<p>Bewertung und Optimierung</p>	<ul style="list-style-type: none"> - beurteilen Zwischenstände kritisch und verändern auf Grundlage dieser Erkenntnisse ggf. den Gestaltungsprozess, - begründen ihre gestalterischen Entscheidungen durch 	<ul style="list-style-type: none"> - Ziel- und kriterienorientierte Reflexion der erreichten Etappenziele - Dokumentation als analoges und digitales Portfolio. 	

II	<p>Kursthema: Visuelle Kommunikation</p> <p>Funktion von Werbung</p>	<p>fachtheoretisch fundierte Argumentation,</p> <ul style="list-style-type: none"> - bewerten die Gestaltungsergebnisse ziel- und kriterienorientiert, - nutzen fachsprachliche Argumentationsformen und Darstellungsweisen, - überwachen den Projektablauf, - diskutieren wertschätzend und problemorientiert. - berücksichtigen kritische Stellungnahmen anderer lösungsfördernd, <ul style="list-style-type: none"> - ermitteln durch Anwendung differenzierter Suchstrategien in verschiedenen Medien Informationen zu fachbezogenen Aufgabenstellungen, - strukturieren vorliegende Sachverhalte, - erschließen die für eine Aussage relevanten Eigenschaften, 	<ul style="list-style-type: none"> - P.P.-Präsentation des Gestaltungsprozesses und des Gestaltungsergebnis. <ul style="list-style-type: none"> - Erweiterung der Produktlinie einer Weinkellerei. - Grundlage einer Werbestrategie: - Aspekte der Werbeanalyse: - Analyse des Unternehmens (z.B. Geschichte, Philosophie/CI, bisherige Kommunikationsmaßnahmen), 	<p>Anwendung von Fachsprache</p> <p>Teamarbeit</p> <p>Klausur</p> <p>Mündliche Mitarbeit</p> <p>Teamarbeit</p> <p>Schriftliche Analysen von gestalteten Medienprodukten</p> <p>Referate</p> <p>Rechercharbeit</p> <p>Anwendung von Fachsprache</p>
----	--	--	---	---

		<p>Charakteristika und Bezüge und werten diese aus,</p> <ul style="list-style-type: none"> - formulieren Beiträge unter Anwendung angemessener Fachterminologie, - beurteilen und überarbeiten die sprachliche Darstellung in Texten (z. B. Verständlichkeit), - werten Daten aus und führen sie zu einer abschließenden Gesamtaussage, - erfassen die Aussagen externer Quellen und weisen sie in vorgelegten Gestaltungsarbeiten nach, - entwickeln Lösungsansätze auf der Grundlage von Kenntnissen, Erkenntnissen und Fertigkeiten, - konzipieren Problemlösungen alternativ und variantenreich, - erstellen ausgehend von gegebenen Problemstellungen zielorientierte Gestaltungen durch sachgerechte Anwendung bekannter gestalterischer Mittel, - erläutern die Gestaltungsergebnisse hinsichtlich der 	<ul style="list-style-type: none"> - Analyse der Marktsituation (z.B. Marktvolumina, Sättigungsgrade), - Konkurrenzanalyse (z.B. Mitwettbewerber, Konkurrenzprodukte, Positionierungen, Distribution, Kommunikationsmaßnahmen, Copy-Analyse), - Konsumentenanalyse (z.B. Vorlieben und Wünsche bezüglich der Produkte, Ansprüche an die Produkte, Kaufverhalten), - Aspekte der Werbestrategie: - Werbeobjekte, welche Produkte/Leistungen werden beworben und in welcher Form (hier Einzelproduktwerbung) - Werbeziele, welche Ziele sollen mit den Werbemaßnahmen erreicht werden (Bekanntmachung, Information, Beeinflussung), Bereichsziele (z.B. Marketingziele) - Zielgruppen, lebendiges Portrait der Zielgruppe (Persona), 	<p>Praktische Gestaltungsarbeit mit Reflexionsanteil</p> <p>Präsentation</p> <p>Klausur</p>
--	--	---	---	---

		<p>Gestaltungsabsicht und beurteilen sie kriterienorientiert,</p> <ul style="list-style-type: none">- begründen ihre gestalterischen Entscheidungen durch fachtheoretisch fundierte Argumentation,- unterscheiden Gestaltungsprozesse von einer dem individuellen Geschmack unterworfenen Beliebigkeit,	<ul style="list-style-type: none">- Aspekte des Werbekonzepts:- Positionierung, Stellung des Produkts im Markt, Wahrnehmung des Produkts seitens des Konsumenten, Positionierungsanlaß,- Copy-Strategie,- USP/UAP, Consumer Benefit, Reason Why, Tonality- Kommunikations-Mix, Wahl der adäquaten Werbemittel und Werbeträger,- Distributionskanäle,- Ergebnisse der Werbeanalyse und der Werbestrategiewerden in einem Kreativ-Briefing fixiert,- Gestaltung einer Anzeige als Rohlayout,- Analyse dieser Anzeige hinsichtlich der Anwendung des Werbewirksamkeitsprinzips AIDA.	
--	--	--	---	--

	Corporate Design	<ul style="list-style-type: none"> - realisieren die identifikationsstiftende Wirkung eines konsequent durchgestalteten Erscheinungsbildes, - formulieren Beiträge unter Anwendung angemessener Fachterminologie, - beurteilen und überarbeiten die sprachliche Darstellung in Texten (z. B. Verständlichkeit), - stellen Sachverhalte und Zusammenhänge strukturiert und fachlich korrekt dar, - bewerten und beurteilen fremde Gestaltungsarbeiten unter Einbeziehung bildexternen Quellenmaterials hinsichtlich der CD-Vorgaben - dekodieren und beurteilen Bildsprache/Botschaften von grafischen Zeichen, - erproben und beurteilen Ausdrucksqualitäten in der Gestaltung von Zeichen unter Anwendung linearer flächenhafter und raumillusionärer Bildmittel, - entwickeln Lösungsansätze auf der Grundlage von 	<ul style="list-style-type: none"> - Didaktisch methodischer Diskurs zum Thema Corporate Identity und seinen Komponenten, - Vertiefung Corporate Design (Basiselemente des CD, Kommunikationsmittel des CD, Styleguide), - Logo/Signet: Definition und Differenzierung - Logoarten, - Merkmale (Positionierung der Haupt- und Nebenelemente bei Wort-Bild-Marken), - Qualitätskriterien: - Signifikanz, - Prägnanz, - Information (Aussage), - Verständlichkeit (Formsprache), - Abstraktion/Reduktion, - Reproduzierbarkeit, - Zeitlosigkeit, - Vergleichende Analyse verschiedener Logos hinsichtlich der Qualitätskriterien, - Wege zur Formfindung: Signet-Entwurf (Bildzeichen): - Ziel-Definition (Aussage), 	<p>Mündliche Mitarbeit</p> <p>Teamarbeit mit Präsentation</p> <p>Kurzreferate</p> <p>Vortrag</p> <p>Anwendung von Fachsprache</p> <p>Praktische Gestaltungsarbeit mit Reflexionsanteil</p>
--	------------------	--	--	--

		<p>Kenntnissen, Erkenntnissen und Fertigkeiten,</p> <ul style="list-style-type: none"> - konzipieren Problemlösungen alternativ und variantenreich, - beurteilen Zwischenstände kritisch und verändern auf Grundlage dieser Erkenntnisse ggf. den Gestaltungsprozess, - erläutern den gestalterischen Prozess und begründen ihre Gestaltungsentscheidungen, - erläutern die Gestaltungsergebnisse hinsichtlich der Gestaltungsabsicht und beurteilen sie kriterienorientiert, 	<ul style="list-style-type: none"> - Kreativ-Phase, Methoden der Formfindung, Abstraktion, Formation auf einem Raster, Grundformen als Ausgangsform, - hierzu praktische Übungen, - Test-Phase (Wirkung), - Logoentwurf für eine Weinkellerei (Wort-Bild-Marke mit Slogan) - Gestaltungsvariationen mittels Kreativtechniken entwickeln, - Eine Variation als Rohlayout konkretisieren, - Corp. Grafik-Design: die Geschäftsausstattung als wichtiges Kommunikationsmittel des Corporate Designs, - Untersuchung und Bewertung verschiedener Geschäftsausstattungen hinsichtlich Einhaltung der Gestaltungslinie und CD-Vorgaben (Hausfarben, Hausschriften...), - Entwurf einer Standardgeschäfts- 	
--	--	---	--	--

	<p>Grundlagen Typografie und...</p>	<ul style="list-style-type: none"> - stellen den Bezug zwischen Schrift und Typografie her, - realisieren die Wirkung von typografischer Gestaltung in gestalteten Medienprodukten und - leiten auf der Grundlage dieser Erkenntnisse sachgerechte Schlussfolgerungen hinsichtlich der Relevanz von Typografie, - erproben und beurteilen Ausdrucksqualitäten von typografischen Textgestaltungen, - erschließen für eine inhaltliche Aussage relevante Eigenschaften Charakteristika und Bezüge und werten sie aus, - ermitteln durch Anwendung differenzierter Suchstrategien in verschiedenen Medien Informationen zu fachbezogenen Aufgabenstellungen, 	<p>ausstattung (Briefbogen, Visitenkarte) als Rohlayout,</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mikrotypografie: - Einfache Schriftenklassifizierung, - Schriftwirkung, - Schriftarten, -schnitte -grade, -familien, - Schriftmisch (praktische Übungen). - Textauszeichnungen, Initialien - Technische Grundlagen des Satzbaus: - Laufweite, Zeilenbreite, Zeilenabstand und Durchschuss, - Satzarten, - Orthotypografie, - Aspekte der digitalen Typografie (websichere Schriften,...) - Praktische Übungen (digital), - Vergleichende Analyse von verschiedenen Medienprodukten hinsichtlich ihrer typografischen Qualitäten, 	<p>Mündliche Mitarbeit</p> <p>Kurzreferate</p> <p>Anwendung von Fachsprache</p> <p>Praktische Gestaltungsarbeit mit Reflexionsanteil</p> <p>Präsentation</p> <p>Klausur</p>
--	-------------------------------------	--	---	---

	<p>...Grundlagen Layout</p>	<ul style="list-style-type: none"> - formulieren Beiträge unter Anwendung angemessener Fachterminologie, - beurteilen und überarbeiten die sprachliche Darstellung in Texten (z. B. Verständlichkeit), - vergleichen unterschiedliche Print- und Displayformate und - realisieren ihre Relevanz bei der Gestaltung von Medienprodukten, - erproben und beurteilen die Ausdrucksqualitäten von Seitenformaten, - zeigen die Beziehungen zwischen Bildthemen und Formaten hinsichtlich ihrer Ausdrucksqualitäten auf, - untersuchen die strukturierte Anordnung von Gestaltungselementen in Medienprodukten hinsichtlich Informationsaufnahme, Orientierung, Navigation Ästhetik, - beschreiben die subjektiven Bildwirkungen auf der Grundlage von Perzepten, - ermitteln Gemeinsamkeiten, Ähnlichkeiten und 	<ul style="list-style-type: none"> - Formate: - Din-Formate - Zeitungsformate, - Displayformate, - Sonderformate, - Formatwirkung: - Hochformat, - Querformat, - Quadratisches Format, - Beziehungen zwischen Bildthema und Format, - Goldener Schnitt, Fibonacci-Zahlenreihe, - Praktische Übungen (digital), - Layout: - Inhalte und Botschaften sollen strukturiert, verständlich, ästhetisch und zielgruppengerecht gestaltet werden, - Formen auf einer Seite, - Komposition von Text-Grafik- und Bildelementen, - Proportionen, - Hierarchien, - Achsen, - Weißräume, - Seitenstrukturen, - Untersuchung zu Bildern von Piet Mondrian - Der Satzspiegel: - Elemente des Satzspiegels, 	
--	-----------------------------	--	---	--

		<p>Unterschiede zwischen Kunstwerken des Konstruktivismus und gestalteten Medienprodukten hinsichtlich des strukturellen Aufbaus und Ausdrucksqualitäten,</p> <ul style="list-style-type: none">- erproben und beurteilen Ausdrucksqualitäten gestalteter Seitenstrukturen durch Kompositionsübungen unter Berücksichtigung ordnender Konstanten,- erstellen ausgehend von gegebenen Problemstellungen zielorientierte Gestaltungen,- beurteilen die Gestaltungsergebnisse hinsichtlich der Gestaltungsabsicht kriterienorientiert,	<ul style="list-style-type: none">- Methoden zur Ermittlung eines Satzspiegels (Diagonalkonstruktion nach Jan Tschichold, Neunereinteilung...),- hierzu praktische Übung,- Der Satzspiegel als Konstruktionsfläche eines Gestaltungsrasters,- Funktion eines Rasters,- Spaltenraster,- Modulraster,- Grundlinienraster,- Variationsfreiheit trotz ordnender Konstanten,- Lesefluss, Gewichtung und Dynamik (horizontal/vertikal) einer Seite,- hierzu praktische Übungen- Raster im Web,- Gestaltung einer Doppelseite eines Lifestyle-Magazins.	
--	--	---	---	--

--	--	--	--	--

--	--	--	--	--

--	--	--	--	--

--	--	--	--	--

--	--	--	--	--

