

Kompetenzen am Ende der 5. Klasse

Die Schülerin, der Schüler kann

- eine persönliche, künstlerische und stilistische Recherche entwickeln und sowohl allein als auch im Team arbeiten
- einen Konzeptverlauf für ein Projekt erarbeiten und dabei Grundsätze des Auftragswesens, des Projektionskreises sowie des Marketings beachten
- Kommunikative, ästhetische, konzeptuelle, funktionelle und wirtschaftliche Aspekte der Grafik erkennen und beschreiben
- die kulturellen und soziologischen Entwicklungen der Medien im 20. Jahrhundert erkenne und davon Gebrauch machen
- selbständig und kritisch Projekte verwalten, von der konzeptuellen Erarbeitung bis hin zur praktischen Durchführung
- die eigene Arbeit sowohl grafisch als auch verbal wirksam und verständlich veranschaulichen sowie auf die Gestaltung der Vorstellung achten

3. Klasse Kunstgymnasium Fachrichtung Grafik

Bereiche	Fertigkeiten	Kenntnisse	Methodisch-didaktische Hinweise	Inhalte Themenbereiche	Querverweise	Überprüfung (Indikatoren)
	komplexe und multimediale Elemente der visuellen Kommunikation anwenden und entwerfen	Regeln der visuellen Kommunikation, Produktionstechniken	Beobachten, Interpretieren, Sehen, Hinterfragen von Raumaufteilung, von Komposition	Gestaltungsgesetze Gesetz der Nähe, der Ähnlichkeit, Fortsetzung oder Erfahrung, Geschlossenheit, Tonwert und Farbe Visatt-Analyse Ordnung und Organisation, Kriterien der Bildgestaltung, grundlegende Raumaufteilung, Kriterien der Bildgestaltung	Kunstgeschichte, Grafikwerkstatt, Englisch	<ul style="list-style-type: none"> • Elemente der Gestaltungstheorie in eigenen Arbeiten gezielt anwenden und umsetzen
			Analysieren und Zuordnen von existierenden Werbeträgern; anhand von Beispielen einzelne Bereiche erarbeiten und selber gestalten lernen Zuordnung der einzelnen Trägerschichten kennenlernen; auch die Unterschiede in der Druckqualität der einzelnen Werbeträger verstehen und erklären können	Werbeträger Zeitungen wie FAZ und Süddeutsche Zeitung vergleichen; Publikumszeitschriften wie Gernerl-Interest-Titel, Zielgruppenzeitschriften und Special-Interest-Titel im Vergleich zum Buch	Kunstgeschichte, Grafikwerkstatt	<ul style="list-style-type: none"> • einzelnen Werbeträger zu speziell definierten Themenbereichen anwenden und kombinieren
	die stilistischen und ästhetischen Elemente, die für einen Zeitabschnitt charakteristisch sind, erkennen	Geschichte der Grafik, der Fotografie und der visuellen Kommunikation	mit bildhafter Typografie gestalten lernen	Gestaltungstrends früher und heute Form follows function Design und die visuelle Kultur Grafikstile im 20. Jhd. HfG-Ulm Werbung: Spiegel der Menschheit Merkmale verschiedener Trends sofort erkennen und definieren lernen	Kunstgeschichte, Grafikwerkstatt, Englisch	<ul style="list-style-type: none"> • einzelne Techniken für die eigenen Arbeiten anwenden

Bereiche	Fertigkeiten	Kenntnisse	Methodisch-didaktische Hinweise	Inhalte Themenbereiche	Querverweise	Überprüfung (Indikatoren)
	die Entwicklung der visuellen Sprache, die mit den Besonderheiten sowie den sozialen und ökonomischen Bedürfnissen der verschiedenen geschichtlichen Epochen verbunden ist, analysieren		Recherche zum Thema vertiefen lernen, Vorgehensweise der Arbeitsschritte festlegen, Handskizzen anfertigen und am PC umsetzen, Kombination von verschiedenen Programmen	Erstellen von Illustrationen oder Infografiken zu zeitgemäßen Themenbereichen	Kunstgeschichte, Deutsch	<ul style="list-style-type: none"> einfache Bildsprache als Mittel der Kommunikation anwenden
			die einzelnen Werbebotschaften analysieren und definieren lernen 6-3-5 Methode Claimfinder	Illustration und Infografik Werbe- und Kommunikationswirkung	Deutsch, Geschichte	<ul style="list-style-type: none"> die zwei großen Unterteilungen kennen und richtig zuordnen lernen Unterschiede verschiedener Werbewirkungsmodelle anhand von Fallstudien erkennen
			emotionale, kognitive und physische Reizwirkung anhand von Beispielen erklären	Grundtypen der Botschaftengestaltung, Appelle, Milieustudie, Zielgruppendefinition Einsatz von Farben im Produktdesign	Kunstgeschichte, Englisch	<ul style="list-style-type: none"> Botschaften durch verschiedene Reize aktivieren Farbharmonien am PC erstellen, Umgang mit grafikspezifischen Hilfsmitteln, Pantonefächer
			Experiment mit der klassischen Konditionierung bei den Schülern, Erarbeitung von Form Shapes	Produktdesign, Verstehbarkeit, Vokabular und Lerneffekt in der Werbung, Klassische Konditionierung anhand von Beispielen Mikrotypografie als Tonality anhand von Skizzen umsetzen und anschließend in Illustrator nachbauen	Grafikwerkstatt, Deutsch, Geschichte	<ul style="list-style-type: none"> Anwendung von PC-Techniken vertiefen
	das Potenzial einer Idee einschätzen, ihr eine Ausdrucksform verleihen und diese so wirksam und überzeugend wie möglich gestalten	konzeptioneller Verlauf der Aufträge	Aufbau eines Konzeptes	die 7 W-Fragen Erstellung einer Werbekampagne	Grafikwerkstatt, Englisch	<ul style="list-style-type: none"> Anwendung Bild- und Text druckfertiges Dokument
	sich verschiedener handwerklicher und digitaler Techniken bedienen, wobei zahlreiche unterschiedliche Materialien benutzt werden	Ausdruckstechniken	inwieweit beeinflusst die Form die Funktion Produktionstechniken kennenlernen	von der Idee zur dritten Dimension Entwurf eines Gegenstandes oder eines Werbeträgers: z.B. Eierbecher oder Papiertasche	Grafikwerkstatt, Kunstgeschichte	<ul style="list-style-type: none"> Einteilung der Druckbögen überlegen und Stanzformen kennenlernen
	eine geeignete und gezielte Methode für die Erzeugung des Produktes wählen	Elemente des Marketings	Aktivierung von Direktmarketing, Unterschiede Vergleichen: Zielgruppen ansprechen	Instrumente des Direktmarketings Kunden finden, Kunden binden – B2B und B2C, Zielgruppe und Kundennutzung	Grafikwerkstatt, Deutsch, Englisch	<ul style="list-style-type: none"> Responsemittel nutzen, übersichtlich gestalten