

Aanvraag toets macrodoelmatigheid Associate degree-opleiding Interior Brand Identity

SAMENVATTING



Basisgegevens nieuwe opleiding

Naam instelling	Saxion Hogeschool
-----------------	-------------------

Algemene beschrijving van opleiding

Naam opleiding	Interior Brand Identity
Internationale naam opleiding	Interior Brand Identity
Taal	Nederlands
Opleidingsniveau	Associate degree
Inhoud (korte beschrijving opleiding)	<p>In de Associate degree-opleiding (Ad-opleiding) spreken we van Interior Brand Identity als een ontwerpdiscipline om identiteit en merkbeleving te kunnen vertalen in een ruimtelijk ontwerp. Bij identiteit gaat het niet alleen om de huisstijl maar beslist ook om de waarden die het bedrijf wil uitdragen op ruimtelijk vlak. Het interieur is dus ook een ontworpen representatie van waarden als service, duurzaamheid, Sustainable Development Goals (SDG's), kwaliteit etc. De Ad besteedt aandacht aan de business van ruimtelijk ontwerpen, zoals branding, inspelen op trends, doelgroep, marketing, communicatie en ethiek. Het IDEO-model¹ is voor de Ad richtinggevend en vertaald naar Technology, Business en Culture (Stanford/IDEO, 2012; Brown, 2009).</p> <p>De Ad-opleiding Interior Brand Identity leidt op tot een vakbekwame, innovatieve en ondernemende professional in het detailleren, materialiseren en visualiseren van ruimtelijke vraagstukken voor onder andere architectonische huisstijl en Brand Identity. De Ad'er is bedreven in de vertaling van creatief gedachtegoed naar een concrete visualisatie en materialisatie. Deze concreetheid helpt de klant bij de besluitvorming en de uitvoerenden die hierdoor een beeld hebben van het te verwachten resultaat.</p> <p>Het vervaardigen van hoogwaardige visuals van ontworpen voorstellen is een belangrijk onderdeel in de Ad-opleiding. Hierbij legt de opleiding de focus op kennis van hedendaagse technologie en vaardigheden in het gebruik van</p>

¹ IDEO is een internationaal ontwerp bureau dat de methodiek van Designthinking verder heeft ontwikkeld en heeft toegepast op probleemoplossing. Het IDEO-model is hiernaar vernoemd en wordt wereldwijd toegepast.

	<p>software en tools en de toepassing ervan. De Ad'er is betrokken bij het gehele ontwerpproces, vanaf concept en materialisering tot aan test en realisatie. Hij betreft op professionele wijze de stakeholders (klant, opdrachtgever, gebruiker). Hij beheerst de basis in conceptdenken, designthinking en creatieve innovatie.</p>
<p>Inrichting van de opleiding (indicatie curriculum per jaar, vakken, leerlijnen)</p>	<p>De opleiding is vormgegeven op basis van vijf doorlopende leerlijnen welke opbouwend in complexiteit en zelfstandigheid per semester zijn beschreven in vijf leerresultaten. Deze leerlijnen zijn Technology, Business, Culture, Reasoning en Creativity.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Technology: technische geletterdheid is van belang. De Ad'er moet met relevante partijen over techniek kunnen communiceren zonder zelf de beta vaardigheden tot in detail te kennen. Beheersing van computer-programma's om techniek inzichtelijk te maken is een belangrijke vaardigheid. Kennis van duurzaamheid behandelen we hier als een intrinsiek facet van technologie. • Business: marktrelevantie onderzoeken, begrotingen maken en daar op sturen. Samenwerken is een vereiste en wordt ondersteund door een heldere planning en organisatievermogen. Circulair ontwerpen komt altijd aan de orde in deze zakelijke aspecten. • Culture: kennis over de geschiedenis van het interieur én van de context van een opgave zijn cruciaal om een eindresultaat in de cultuur van de omgeving te laten landen. Het gaat dan om meer dan alleen de beeldende cultuur zoals gedrag, politiek etc. Semiotiek - de betekenis van vorm, materiaal en kleur - is cultuur afhankelijk. Evenals esthetiek - de dialoog over de waarde - dat ook gedreven is door cultuur. De SDG's worden hier gekoppeld aan ethiek. • Reasoning: als ontwerper maakt de Ad'er keuzes die goed onderbouwd zijn. Dat vraagt op diverse onderdelen om nader onderzoek. Onderzoek staat hier dan ook centraal als het valideren van ontwerp-keuzes. Omdat onderzoek erg talig van aard is, is deze leerlijn tevens de taal-lijn. Communiceren op schrift en in presentaties zijn hier de belangrijkste middelen. • Creativity: Innovatie en vernieuwing zijn een centraal uitgangspunt in ontwerp-opgaven. Om te kunnen vernieuwen is creativiteit essentieel. Creativiteit wordt methodisch aangeboden. Ontwerpen is altijd een proces en is in een veelheid aan methoden uitgewerkt. Studenten leren om afhankelijk van de opgave de juiste methode te kiezen en die in te zetten in de samenwerking. <p>De context is steeds de combinatie van de begrippen Interieur en Brand Identity. Opgaven zijn altijd praktijk-cases en vormen het centrum van het onderwijs. Aanvullend worden per semester cursussen en trainingen aangeboden zodat 'just in time learning' precies op het moment dat er kennisbehoefte is bij de student, voor het lopende project, wordt aangeboden. De opgedane kennis en vaardigheden in de trainingen en cursussen wordt toegepast in de projecten en op toepassing in de projecten getoetst.</p>

Studielast	120 ECTS credits
Vorm van de opleiding	Voltijdse variant
Gemeente(n) waar de opleiding wordt gevestigd	Deventer
Doelgroep van de opleiding	De Ad-opleiding wordt aangeboden in een voltijdvariant. Elke student met een havo-, vwo- of mbo-niveau 4-diploma of een behaald 21+ toelatingsonderzoek is toelaatbaar.
Croho (sub) onderdeel en motivering	Croho onderdeel Taal en Cultuur, subonderdeel Kunst. De opleiding heeft een aansluiting met de bacheloropleiding Interior Design & Styling; deze valt ook onder hetzelfde Croho-(sub)onderdeel.
Geplande startdatum opleiding	1 september 2024
BRIN-code van de instelling	23AH
Indien nadere vooropleidingseisen worden gesteld, voorstel daartoe.	Geen
Voor deze opleiding wordt geen capaciteitsbeperking ingesteld als bedoeld in artikel 7.53 e.v. WHW.	