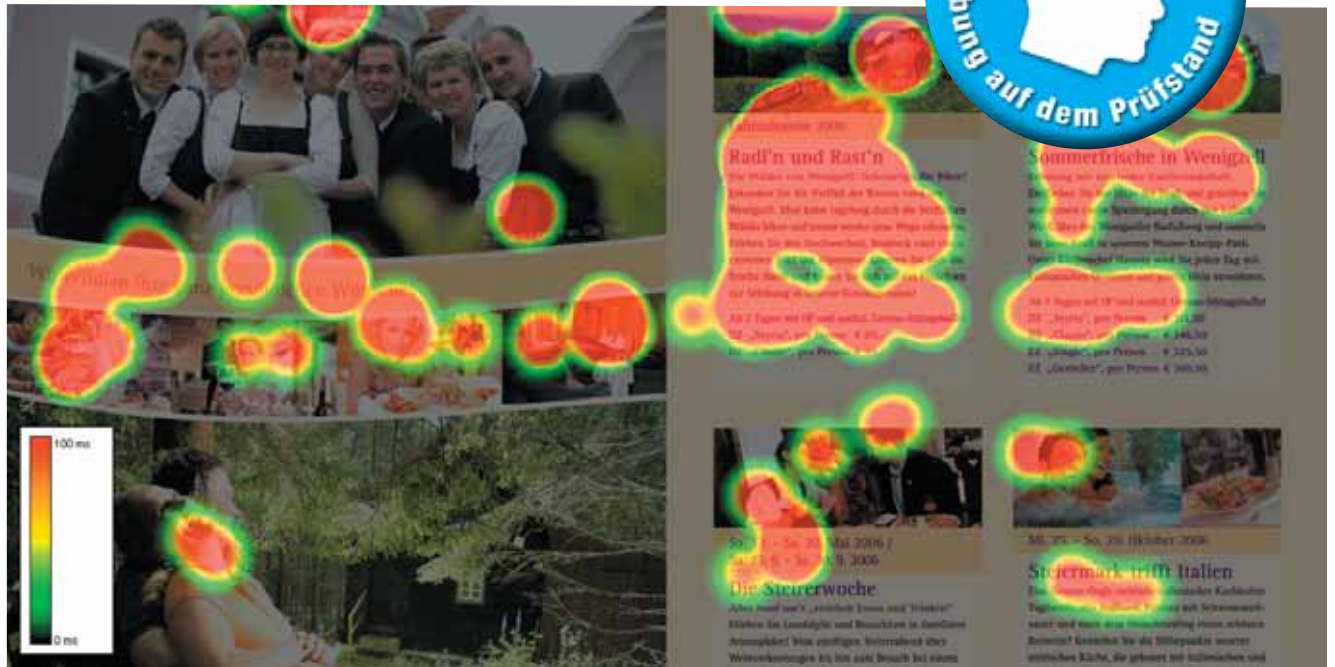


Eye-Tracking

Wie wird Werbegrafik wirklich gesehen?



Ob bei Printmedien, Plakaten, Websites oder TV-Werbung: Die Kenntnis der Aufmerksamkeits- und Orientierungsmuster sollte gezielt dazu genutzt werden, die Kommunikationsmaßnahmen mit Blick auf eine möglichst effiziente visuelle Kommunikation zu optimieren.

Werbegrafik wird oft nur anhand von subjektiven Erfahrungen oder auf Basis von allgemein gültigen Regeln beurteilt.

Meist weiß der Grafik-Designer am wenigsten von der tatsächlichen Wirkung seiner Arbeiten.

Welche Information wird wie lange wahrgenommen, in welcher Reihenfolge, welche Inhalte werden ignoriert?

Der Workshop im Eye-Tracking-Labor liefert praktische Beispiele zur Messung der visuellen Wahrnehmung von Werbung und Kommunikations-Design.

Seminarinhalte

- Erklärung des Testverfahrens
- Beispiele aus Print- und Online-Werbung
- Psychologischer Hintergrund
- Rückschlüsse auf Werbewirksamkeit und abgeleitete Design-Gesetzmäßigkeiten
- HIGHLIGHT: Eigene Arbeiten testen!

Termin

Donnerstag, 6. Oktober 2005,
9 bis 13 Uhr

Ort:
FH Joanneum, Alte Poststraße 149,
8020 Graz, 3. Stock, VisionSpace

Eye-Tracking

Wie wird Werbegrafik wirklich gesehen?



Die Vortragenden

Dr. Konrad Baumann

Der ehemalige Product Manager bei Philips Consumer Communications lehrt am Studiengang Informationsdesign der FH Joanneum Graz und an der Donau-Universität Krems und leitet das Forschungsprojekt „Wahrnehmungslabor“.

Dr. Jürgen Pripfl

forscht an der Abteilung Informationsdesign der FH Joanneum mit Schwerpunkt Entwicklung psychophysiologischer Analysemethoden (Eye-tracking, EKG, EEG, etc.).

DI. Jochen Martin

ist an der Abteilung Informationsdesign der FH Joanneum beschäftigt mit den Schwerpunkten Informationsvisualisierung und Mensch-Maschine-Schnittstellen.

Dr. Alexander K. Nischelwitzer

ist Fachbereichskoordinator Digital Media Technologies am Studiengang Informationsmanagement der FH Joanneum.

DI. (FH) Bernd Sproger

lehrt als wissenschaftlicher Mitarbeiter im Fachbereich Digitale Medien am Studiengang Informationsmanagement Digitale Medienerstellung.

Teilnehmerkreis

WerbegrafikerInnen, Medien-DesignerInnen, WerbetreibendenInnen, WebdesignerInnen sowie auch WerbetexterInnen und WerbeberaterInnen.

Termin

Donnerstag, 6. Oktober 2005,
9 bis 13 Uhr

Seminarort

FH Joanneum,
Alte Poststraße 149, 8020 Graz,
3. Stock, VisionSpace

Teilnahmegebühr

Kostenbeitrag pro Person und Seminartag:
EUR 150,- exkl. MwSt.

Stornobedingungen

Bei schriftlicher Abmeldung (Fax oder E-Mail) bis spätestens eine Woche vor der Veranstaltung wird eine Bearbeitungsgebühr von EUR 30,- (exkl. MwSt.) verrechnet. Bei späterer Abmeldung oder Nichterscheinen wird die gesamte Teilnahmegebühr in Rechnung gestellt.

Anmeldung: Fax an 0 316 / 601-697

Ich/wir melde/n mich/uns zum Seminar „Eye-Tracking“
in Graz zum nebenstehenden Termin an.

Seminar: Donnerstag, 6. Oktober 2005, 9 bis 13 Uhr
Ort: FH Joanneum, Alte Poststraße 149, 8020 Graz

Teilnehmer/in

Titel, Vorname, Zuname

Firma

Funktion

Straße/Platz Haus Nr.

PLZ/Ort

Telefon

E-Mail

Zweite/r Teilnehmer/in (der selben Firma)

Titel, Vorname, Zuname, Funktion

Datum

Unterschrift

proKOPF Know-how Services, Fachgruppe Werbung und Marktkommunikation, Wirtschaftskammer Steiermark, Obmann: Heimo Lercher
8021 Graz, Körblergasse 111-113, Tel 0316/601-795, Fax 0316/601-697, E-Mail: werbe@wkstmk.at, www.werbe.at