

zipien der Reklamewissenschaft und zeigt ihre Beziehung zum Geschäftsleben als Ganzes und zu den einzelnen Abteilungen des Geschäfts.

#### *Umsatz und Umsatzmethoden*

Dieser Kurs umfaßt die Grundfragen der Marktkunde, die jedem Geschäftsmann bekannt sein sollten. Die wichtigsten Faktoren sind: Waren, Märkte, Handelskanäle, Absatzkräfte, Preisbildung; und zwar sowohl in bezug auf Rohmaterialien wie Getreide und Baumwolle als auch auf Vieh und Fertigfabrikate.

#### *Reklametexte*

Dieser Kurs behandelt die wichtigsten Fragen bezüglich der Abfassung von Texten mit praktischen Übungen. Es liegt dem Lektor hauptsächlich ob, die allgemein anerkannten Grundsätze hierfür klarzulegen.

#### *Die Gesetze von Form und Farbe*

Der Kurs ist sowohl kulturell als auch praktisch zu werten. Er entwickelt das Verständnis für die Grundgesetze von Farbe, Form und Linie und schafft die Vertrautheit mit ihrer Verwendung als Ausdrucksmittel.

#### *Die Gesetze der angewandten Kunst*

Dieser Kurs gibt einen Überblick über die bestehenden Gesetze von Entwurf und Farbe, vom Standpunkt des Reklamefachmanns aus gesehen, und überträgt diese Gesetze auf die Zeitung, ebenso auf Zeitschrifteninserate, Straßenbahnreklame, Katalogumschläge, Briefköpfe, Schaufenster und Ladendekoration.

#### *Reklame- und Verkaufs-Psychologie*

Der Zweck dieser Kurse ist, die psychologischen Gesetze zu zeigen, die eine Reklamewirkung schaffen. Beispiele und praktische Übungen schließen sich an. Es werden dauernd Proben an Hand von Versuchen gemacht, um zu immer genaueren Schlußfolgerungen zu kommen.

#### *Gruppierung*

Die Studenten analysieren die Grundsätze der Gruppierung im Inserat, sie erklären Schriftwirkungen und konstruieren in praktischer Arbeit Inseratseiten, Prospekte, Plakate und dergleichen.

#### *Formale Gestaltung*

Der Kurs umfaßt die Klarlegung des psychologischen Vorgangs; ausgehend von der Entstehung der Idee zeigt er die Mittel zur Anregung der Vorstellungskraft und deckt die Quellen der Inspiration auf. Die Reklamebotschaft und die Verkaufspläne werden erläutert nach den Gesetzen der Raumaufteilung und der Kunst schmückender und illustrativer Wirkungen.

cotton, and live stock, and manufactured products.

#### *Advertising copy*

This course gives the most essential principles entering into the writing of copy, with practice in their application. Lectures are devoted mainly to presenting the well-recognized principles.

#### *Principles of form and color*

The course is both cultural and practical. It develops the understanding of the fundamental principles of color, form and line, and familiarity with their use as a language of expression.

#### *Principles of applied art*

This course reviews the accepted principles of design and color from the advertising man's viewpoint and applies these principles to newspaper pages; also to magazine advertisements, street-car advertising, catalogue covers, letter-heads, window and store displays.

#### *Psychology of advertising and selling*

The purpose of this course is to present the fundamental psychological laws that affect an advertising appeal, together with sufficient illustration and application to make their use practicable. It also tests them by experiments in order to arrive at even more exact conclusions.

#### *Layouts*

Students analyze the layout elements of advertisements in the various media, interpret copy appeals and construct practical working layouts for advertising pages, booklets, posters and the like.

#### *Visualization*

Includes the discussion of the psychological processes back of the creation of ideas, means of stimulating the imagination, and discovering the sources of inspiration. The advertising message and the merchandizing plans are interpreted in terms of space composition and in the technique of the decorative and illustrative elements.

#### *Typography of advertising*

In this course the students are given practice in choosing typography and designing layouts for advertising matter in such a manner as to cooperate with the printer to the best possible advantage.

#### *Essentials of printing*

This course deals particularly with the major printing processes, lithography, letter-press and intaglio; layout and dummy preparation of copy for the printer; type and typography; reading and marking proofs; engravings and electrotyping; ink and paper; presswork and binding; planning and specifications; estimates and costs; how these various items affect one another.