

Projekt Identität und Marke (II)

Identität und Marke II

Angebot für

Bisheriges Studienmodell > Design > Bachelor Design > Visuelle Kommunikation > 5. Semester

Nummer und Typ	BDE-VVK-V-5055.17H.001 / Moduldurchführung
Modul	Projekt Identität und Marke (II)
Veranstalter	Departement Design
Leitung	Thomas Wolfram / Hauptleitung
ECTS	5 Credits
Voraussetzungen	Studiom Visuelle Kommunikation
Lehrform	Projekt, Referate, Präsentation
Zielgruppen	V Semester
Lernziele / Kompetenzen	Lernziele/Kompetenzen: Vertiefung der im II Semester erworbenen Grundkenntnisse sowie Konfrontation mit Kultur- und Sprachthematik sowie der Praxis der Teamarbeit. Neben der Kapazität der Bewältigung des Kurationsund Entwicklungsprozesses, wird insbesondere Wert auf den Aspekt der nachvollziehbaren Vermittlung (Argumentation und Präsentation) des Projektes gelegt.
Inhalte	Identität und Marke II Basierend auf dem Grundlagenkurs des II Semesters wird im Projekt «Identität und Marke II» ein komplettes Designprogramm entwickelt. Die jeweilige Aufgabenstellung beinhaltet potenziell einen hohen Grad an Komplexität und auch Fragestellungen wie Internationalität, Kultur, Mehrsprachigkeit usw. Das Projekt kann sowohl im kommerziellen wie im institutionellen Bereich angesiedelt sein. Das Projekt artikuliert sich in vier Phasen: – Analyse: inhaltlich, konzeptionelle Definitionen – Hypothese: Entwurfsphase und Szenarienentwicklung – Synthese: Detaildesign – Präsentation
Bibliographie / Literatur	– Thomas Lockwood : Design Thinking: Integrating Innovation, Customer Experience, and Brand Value; DMI & Allworth Press, 2009 ISBN: 1581156685 – Thomas Lockwood and Thomas Walton: Building Design Strategy: Using Design to Achieve Key Business Objectives; DMI & Allworth Press, 2008 ISBN: 1581156537, 9781581156539 – Alina Wheeler: Designing brand identity: an essential guide for the entire branding team; John Wiley & Sons, 2009 ISBN: 978047040142 2 – Marty Neumeier: The brand gap: how to bridge the distance between business strategy and design : a whiteboard overview; Peachpit Press, 2006 ISBN: 0321348109, 9780321348104 – Julius Wiedemann: Brand Identity Now!; Taschen America LLC, 2009 ISBN: 3836515849, 9783836515849
Leistungsnachweis / Testatanforderung	80% Anwesenheit, Teilnahme und Bewertung der jeweiligen Arbeit
Termine	18.9. - 20.10.17

Bewertungsform

Noten von A - F