

Seminar 3.3 Identität, Marke und Kommunikation

Kategorie: Ökonomie / Marketing

Keywords: Werte, Reputation, Image, Markt

Grundlagen der Unternehmenskommunikation

Angebot für

Bisheriges Studienmodell > Design > Bachelor Design > Designtheorie > 3. Semester

Nummer und Typ	BDE-BDE-T-WP-BW-3013.17H.001 / Moduldurchführung
Modul	Wahlpflichtmodul Theorie 3. Semester
Veranstalter	Departement Design
Leitung	Peter Vetter
Zeit	Mo 4. September 2017 bis Fr 8. September 2017 / 8:30 - 17 Uhr
Anzahl Teilnehmende	8 - 24
ECTS	2 Credits
Voraussetzungen	Für DDE-Bachelor-Studierende: Keine
	Für Studierende anderer Studiengänge bzw. Vertiefungen der ZHdK erfolgt die Einschreibung im Rahmen der geöffneten Lehrveranstaltungen via ClickEnroll: https://intern.zhdk.ch/?clickenroll
Lehrform	Seminar
Zielgruppen	Wahlpflichtmodul für Studierende des DDE, 3. Semester
Lernziele / Kompetenzen	Vermittlung von Grundlagenwissen im Bereich der Kommunikation
Inhalte	<p>Einleitend wird die geschichtliche Entwicklung der Kommunikation mit Fokus auf deren kommerzielle Ausprägung (Branding, Identity und Advertising) seit ihrer Entstehung in der zweiten Industrialisierung betrachtet.</p> <p>In der Folge werden die theoretischen Grundlagen der Institutions- und Unternehmensidentität, der Markenarbeit sowie der Werbung aufgearbeitet. Grundlage bilden die "klassischen" Theorien wie, unter anderen, Fogleman, Birkit und Stadler, Paulmann (Identity), Olins (Branding) und Ogilvy (Advertising). Darauf aufbauend werden aktuelle Strategien und Theorien analysiert und kommentiert.</p> <p>Den Hauptteil des Seminars bilden dann eine Serie von "Case Studies" zur Kommunikation von unterschiedlichen Institutionen, Unternehmen und Marken. Anhand dieser Fallbeispiele können die vorher erarbeiteten konzeptionellen und strategischen Grundlagen anschaulich überprüft und eingeschätzt werden.</p> <p>Das Seminar ist als Dialog aufgebaut und die Studierenden werden bestimmte Fragestellungen, die wir anfangs Seminar festlegen, selber bearbeiten. Am Schluss werden alle Teilnehmenden zu einem selbstgewählten Thema eine Präsentation halten.</p>
Bibliographie /	Klassische Literatur:

Literatur	<p>Klaus Birkigt, Marinus M. Stadler, Hans Joachim Funck: Corporate Identity; München, 2013 Wally Olins: The Brand Handbook; London, 2008 Wally Olins: On brand; London, 2004 Wally Olins: Brand New; London, 2014 Robert Paulmann: double loop; Mainz. 2005 David Ogilvy, Ogilvy on Advertising; London, 2008 Peter Vetter: Design als Investition; Wiesbaden, 2016</p> <p>Es wird zu Beginn des Semesters eine aktualisierte Bibliografie verteilt.</p>
Leistungsnachweis / Testatanforderung	Individuelle oder Gruppenarbeit und Präsentation eines selbst gewählten Themas. Anwesenheit (80%)
Termine	Blockwoche vom 4. bis 8. September 2017
Dauer	8:30 bis 17:00 Uhr
Bewertungsform	Noten von A - F