

HYB Design für einen ressourcenbewussten Alltag

Identität und Marke

Angebot für

Bisheriges Studienmodell > Design > Bachelor Design > Trends & Identity > 4. Semester

Nummer und Typ	BDE-VSD-V-4003-02.21F.001 / Moduldurchführung
Modul	Identität und Marke
Veranstalter	Departement Design
Leitung	Rahel Arnold
Zeit	Di 27. April 2021 bis Fr 21. Mai 2021 / 9 - 17 Uhr
ECTS	6 Credits
Zielgruppen	Pflichtmodul für Trends & Identity, 4. Semester
Lernziele / Kompetenzen	<ul style="list-style-type: none"> - Vermittlung von gestalterischen und methodischen Kenntnissen im Bereich der systematischen Entwicklung von komplexen visuellen Designprogrammen unter Berücksichtigung von Aspekten der Identitäts- und Markenbildung - Entwicklung eines Designprogrammes basierend auf den inhaltlichen Elementen der Identität einer Institution (öffentlich) oder eines Unternehmens (kommerziell) - Programm wird prototypisch an einer repräsentativen Anzahl von medialen Umsetzungen (Print, digital oder 3D) dargestellt und verifiziert
Inhalte	<p>In einer Gesellschaft die sich angesichts der Klimadebatte stark mit dem Konsumverhalten und dem Umgang mit den natürlichen Ressourcen auseinandersetzen muss, ist auch das Design mit neuen Ideen und Strategien gefragt. In diesem Kontext realisieren die Studierenden Konzepte für eine nachhaltige Produktelancierung, entwickeln neue Verkaufs- und Verpackungs-Strategien oder erarbeiten zum Beispiel eine Aufklärungskampagne für eine ressourcenbewusstere Gesellschaft.</p> <p>Inhalt:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Themenbearbeitung in 2-er Gruppen / inhaltliche Recherche • Konzeption / Was soll beworben, und an welches Zielpublikum getragen werden? • Recherche im Kontext des potentiellen Auftraggebers • Gestalterischer Entwurf, Skizze, Überlegungen zu adäquater Medienwahl • Realisation, wobei die Funktion und Anforderungen der verschiedenen umzusetzenden Medien immer im Blickfeld behalten werden. <p>Inputs</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen zum Thema Identität (Definitionen, Betrachtung von Erscheinungsbildern, Arbeitsvorgehen) • Grafische Grundlagen (Typografie, Bild, Layout) • digitale Umsetzungsformen (Web, App Social Media) • Individuelle Begleitung der Studierenden im Prozess • Zwischenpräsentationen in der Gruppe
Bibliographie /	Philipp Schubiger: Der Corporate-Design-Prozess in der Beratung

Literatur	Birkigt, K., Stadler, M. M. und Funck, H. J.: Corporate Identity Horst Rittel: Thinking Design Fossmann de Jong: Detailtypografie Josef Müller Brockmann: Rastersysteme
Leistungsnachweis / Testatanforderung	80% Anwesenheit
Termine	27.04. - 21.05.2021 (ohne Montage)
Dauer	4 Wochen
Bewertungsform	Noten von A - F
Bemerkung	Es wird 2 Wochen vor Beginn des Moduls einen kurzen Input geben mit der Bitte bereits vor dem Modulstart mit der inhaltlichen Recherche zu beginnen. Dieser Termin wird noch bekannt gegeben.