DIG FACHMODUL B: Angewandte Markenstrategie

Angebot für

Bisheriges Studienmodell > Design > Master Design > Product Design > 1. Semester

Nummer und Typ	MDE-VPR-FachB-1000.21F.002 / Moduldurchführung
Modul	Produkt Fachinput B 1. Semester
Veranstalter	Departement Design
Leitung	Paolo Marioni, Patrick Viert und Simone Züger
Zeit	Di 6. April 2021 bis Do 8. April 2021 3T
ECTS	2 Credits
Lehrform	Fachinput, Seminar, Gruppenarbeit, Einzelarbeit
Zielgruppen	Pflichtmodul 1. Semester Master of Arts in Design - Vertiefung Product Design
Lernziele / Kompetenzen	Die Studierenden lernen die Grundlagen der Markenstrategie kennen und wenden Methoden an, um Zielgruppen zu identifizieren, Markenidentitäten zu entwickeln und Markenerlebnisse zu gestalten.
Inhalte	Nach einer Einführung in die Grundlagen der Markenstrategie, wird den Studierenden eine praxisnahe Fragestellung in Form eines Briefings vorgestellt. Dieses wird in Teams und auf Basis des täglichen Theorie-Inputs schrittweise beantwortet. Am Ende des Moduls folgt die Präsentation der Arbeitsergebnisse durch die Studierenden.
Leistungsnachweis / Testatanforderung	Aktive Teilnahme, mind. 80% Anwesenheit, Präsentation, Abgabe der geforderten Leistungsnachweise, Selbststudium.
Termine	06./07./08.04.2021
Dauer	Ganztägig
Bewertungsform	bestanden / nicht bestanden