

Mutiges Design für mutige Geschäftsideen

Identität und Marke

Angebot für

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

Nummer und Typ	BDE-VSD-V-4003-02.22F.001 / Moduldurchführung
Modul	Identität und Marke
Veranstalter	Departement Design
Leitung	Rahel Arnold
Zeit	Di 26. April 2022 bis Fr 20. Mai 2022 / 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 Designprogramms basierend auf den inhaltlichen Elementen der Identität einer Institution (öffentlich) oder eines Unternehmens (kommerziell) - prototypische Umsetzung an einer repräsentativen Anzahl von Medien (Print, digital oder 3D)
Inhalte	<p>Pop-Up Stores, Start-ups und lokale Manufakturen erleben in den letzten Jahren einen grossen Aufschwung. Sie verdienen es, dass ihre mutigen und innovativen Ideen durch überzeugende und auf sie zugeschnittene visuelle Gestaltungen in der Öffentlichkeit sichtbar werden. Die Studierenden suchen selbständig nach einem Unternehmen und realisieren unter Einbezug der Unternehmensanalyse und der daraus abzuleitenden Kommunikationsabsichten identitätsstiftende prototypische visuelle Umsetzungen in verschiedenen Medien.</p> <p>Inhalt:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Themenbearbeitung / inhaltliche Recherche - Konzeption in Bezug auf das Zielpublikum - Recherche im Kontext der Auftraggeber:in - Gestalterischer Entwurf, Definition Medienwahl - Prototypische Realisation in den verschiedenen Medien <p>Inputs :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Grundlagen der Identität (Definitionen, Betrachtung von Erscheinungsbildern, Arbeitsvorgehen) - Grafische Grundlagen (Typografie, Bild, Layout) - digitale Umsetzungsformen (Web, App, Social Media) - Individuelle Begleitung und Zwischenpräsentationen
Bibliographie / Literatur	Philipp Schubiger: Der Corporate-Design-Prozess in der Beratung / Birkigt, K., Stadler, M. M. und Funck, H. J. (2011). Corporate Identity / Horst Rittel, Thinking

Design / Fossmann de Jong „Detailtypografie“ / Müller Brockmann „Rastersysteme“ /
Vielseitiges Anschauungsmaterial zum Thema CD und Layout in unterschiedlichen
Print und Online Produkten

Leistungsnachweis / Testatanforderung	80% Anwesenheit
Termine	26.04. - 20.05.22 (ohne Montage)
Dauer	4 Wochen
Bewertungsform	Noten von A - F
Bemerkung	Es wird Anfang Jahr einen kurzen Input geben mit der Aufforderung an die Studierenden, bereits vor dem Modulstart mit der Recherche des/der potentiellen Auftraggeber:in zu beginnen. Dieser Termin wird noch bekannt gegeben.