

Prof. Dr. Martin Ludwig Hofmann
Technische Hochschule Ostwestfalen-Lippe
University of Applied Sciences and Arts
Detmolder Schule für Architektur und Innenarchitektur
WS 2019/20

Übung B-IA 207

Marketing-Kommunikation

Gruppe 1:	Mittwoch, 14.15-15.45 Uhr	Raum 4.206
Gruppe 2:	Mittwoch, 14.15-15.45 Uhr	Raum 4.111
Gruppe 3:	Mittwoch, 16.00-17.30 Uhr	Raum 4.206
Gruppe 4:	Mittwoch, 16.00-17.30 Uhr	Raum 4.111
Gruppe 5:	Mittwoch, 17.30-19.00 Uhr	Raum 4.206
Gruppe 8:	Mittwoch, 17.30-19.00 Uhr	Raum 4.111

Seminarprogramm

- 08.10.19** **Erste Vorlesung**
– in dieser Woche noch keine Übung –
- 16.10.19** **Die Praxisaufgabe**
Briefing der Semesteraufgabe / Entwicklung einer eigenen
Kommunikationskonzeption / Definition Inhalt und Umfang
- 23.10.19** **Was bedeutet Branding?**
Referat 1
– Ries, Al & Laura: *Die 22 unumstößlichen Gebote des Branding*,
München 1999, S. 47-57.
– Baltes, Martin: „Markieren – Marginalisieren“, in: ders. (Hg.): *Marken –
Labels – Brands*, Freiburg 2004, S. 20-33.
Referat 2
– Haig, Matt: *Die 100 größten Markenflops*, Frankfurt/M. 2003,
S. 11-15, S. 19-25, S. 73-77.
- 30.10.19** **Was bedeutet Strategie?**
Referat 3
– Hofmann, Martin Ludwig: „Keine Angst vor Strategie und Planung“,
in: ders.: *Mindbombs. Was Werbung und PR von Greenpeace & Co.
lernen können*, München 2008, S. 72-101.
- 06.11.19** **Was bedeutet Campaigning?**
Referat 4
– Ogilvy, David: „Wie entstehen große Kampagnen?“, in: ders.:
Geständnisse eines Werbemanns, München 1991, S. 121-143.
Referat 5
– Hofmann, Martin Ludwig: „Die Macht der Bilder und der Worte“,
in: ders.: *Mindbombs. Was Werbung und PR von Greenpeace & Co.
lernen können*, München 2008, S. 112-127.
- 13.11.19** **Crash-Kurs Grafik-Design**
Einführung in Grundlagen grafischer Gestaltung und der relevanten
Software, insbesondere InDesign und Photoshop

- 20.11.19** **Was bedeuten Guerilla-Marketing und Co.?**
Referat 6
– Becker, Tobias: „Und sie kriegen uns doch“, in: *Kultur-Spiegel*, Nr. 7, 2008, S. 14-17.
– Levinson, Jay Conrad: *Guerilla-Marketing des 21. Jahrhunderts*, Frankfurt/M. 2008, insb. S. 15-45.
Referat 7
– Bernays, Edward: „Die Psychologie der Public Relations“, in: ders.: *Propaganda. Die Kunst der Public Relations*, Freiburg 2007, S. 49-59.
- 27.11.19** **Erste Schulterblick-Präsentation**
Korrekturen und Hilfen
- 04.12.19** **Konzeptionsphase**
Korrekturen und Hilfen
- 11.12.19** **Konzeptionsphase**
Korrekturen und Hilfen
- 18.12.19** **Konzeptionsphase**
Korrekturen und Hilfen
- 25.12.19** **Weihnachtspause**
– keine Sitzung –
- 01.01.20** **Weihnachtspause**
– keine Sitzung –
- 08.01.20** **Konzeptionsphase**
Korrekturen und Hilfen
- 15.01.20** **Konzeptionsphase**
Korrekturen und Hilfen
- 22.01.20** **Konzeptionsphase**
Korrekturen und Hilfen
- 23.01.20** **Beginn des Prüfungszeitraums,**
in dem die Prüfung stattfindet