

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

MIAR AS 1.2
Marketing-Kommunikation

Vorlesung und Übung:
Mi 14.15-17.15 Uhr
Raum 2.230

-
- 30.09.19** **Vorstellung der Projekte und Wahlpflichtfächer**
– in dieser Woche keine Sitzung –
- 09.10.19** **Innenarchitektur. Marketing. Kommunikation.**
Warum brauchen Innenarchitekten Marketing-Kommunikation? /
Was ist Marketing-Kommunikation? / Was ist eine Marke? / Was sind
ihre sichtbaren und unsichtbaren Elemente?
- 16.10.19** **Branding und Corporate Communication**
Eine kurze Geschichte der Marken / Warum scheitern Marken? / Was
brauchen Marken?
– 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.
– Haig, Matt: *Die 100 größten Markenflops*, Frankfurt/M. 2003,
S. 11-15, S. 19-25, S. 73-77.
- 23.10.19** **Die strategische Basis**
Was bedeutet strategische Planung im Kommunikationsprozess? / Was
ist eine SWOT-Analyse? / Welche Rolle spielt die Spieltheorie?
– 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.
- 30.10.19** **Wirkungsvolles Campaigning**
Wie entsteht eine Kampagne? / Werbetext: schwere leichte Sprache /
Bild oder Text: wer schlägt wen? / Neue Erkenntnisse der Forschung
– Ogilvy, David: „Wie entstehen große Kampagnen?“, in: ders.:
Geständnisse eines Werbemanns, München 1991, S. 121-143.
– 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.
- 05.11.19** **Poggenpohl**
(statt 06.11.) **Unser Kunde stellt sich uns vor (Achtung in Raum 3.103, 14.15 Uhr)**
In diesem Semester entwickeln wir eine Kommunikationskonzeption für
die älteste und wahrscheinlich bekannteste Küchenmarke der Welt. Das
Unternehmen Poggenpohl wird sich uns selbst vorstellen.

- 12.11.19 Kommunikation im digitalen Zeitalter**
Gastvortrag von Christoph Wesseling (Achtung in 3.103, 14.15 Uhr)
 Christoph Wesseling ist ein mehrfach ausgezeichnete(r) Kreativdirektor der Agentur Denkwert in Köln (zuvor arbeitete er für BBDO in Düsseldorf). Wesseling wird Einblicke in seine Arbeit im Bereich der digitalen Markenkommunikation geben.
- 13.11.19 Guerilla-Marketing & Co.**
 Was ist modernes Guerilla-Marketing? / Sensation-Marketing / Word-Of-Mouth-Marketing / Influencer-Marketing / User-Generated-Advertising
 – 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.
- 20.11.19 Integrierte Kommunikation und virales Marketing**
 Das psychologische Moment / Strategien der Vernetzung / Interaktion und Wiederholung / Das Diffusionsmodell viraler Kommunikation
 – Bernays, Edward: „Die Psychologie der Public Relations“, in: ders.: *Propaganda. Die Kunst der Public Relations*, Freiburg 2007, S. 49-59.
 – Gladwell, Malcom: „Fallstudie eins“, in: ders.: *Tipping Point. Wie kleine Dinge Großes bewirken können*, München 2002, S. 225-248.
- 27.11.19 Erste Schulterblick-Präsentation**
 Korrekturen und Hilfen
- 03.12.19 Design als strategischer Faktor**
Gastvortrag von Jan Kruse (Achtung in Raum 3.103, 14.15 Uhr)
 Jan Kruse ist Geschäftsführer von Litalux in Hamburg, eines der großen Designbüros in Deutschland. Der mehrfach ausgezeichnete Designer wird Einblicke in seine Arbeit im Bereich des Brandings und der Markenführung geben.
- 04.12.19 Konzeptionsphase**
 Korrekturen und Hilfen
- 11.12.19 Konzeptionsphase**
 Korrekturen und Hilfen
- 18.12.19 The Communication Factory**
 Blick in beispielhafte Arbeiten vergangener Jahrgänge
- 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 BA/MA-Kolloquien**
 – ggf. nur eingeschränkte Sitzung –
- 23.01.20 Beginn des Prüfungszeitraums, in dem die Prüfung stattfindet**