

Technische Hochschule Ostwestfalen-Lippe
Studiengang: B.A. Medienproduktion

Corporate Design					
Semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer	Art	ECTS-Punkte	Studentische Arbeitsbelastung
4-7	Jährlich	1 Semester	Wahlpflichtfach	10	300 Stunden davon 60 Stunden Präsenzstudium, 240 Stunden Selbststudium
Voraussetzungen für die Teilnahme	Verwendbarkeit	Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten (Prüfungsform/ Prüfungsdauer)	Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)	
Bestehen des Schwerpunkts II Mediendesign (Grafikdesign, Interaktionsdesign) Bestehen der Sperrfächer (§ 24)	-	§21 Bearbeitung einer gestalterischen Aufgabe (B) oder mit Präsentation (BP)	Seminaristischer Unterricht, Projektarbeiten, praktische Aufgabenstellung mit Korrektur	Prof. Dipl.-Des. Christoph Althaus	

Qualifikationsziele

Die Studierenden entwickeln Kompetenzen zur Ideenfindung, Gestaltung, Konzeption und Realisation einer Corporate Identity. Sie wissen um verschiedene Methoden der Zeichenentwicklung und können diese mit verschiedenen Medien visualisieren und präsentieren.

Das Modul trägt zu folgenden Qualifikationszielen bei: Q1, Q2, Q3, Q5, Q6

Lehrinhalte

Corporate Design „Logos und Geschäftsdrucksachen als Elemente der Markenentwicklung“. Anhand eines internationalen Querschnitts aus aktuellen Beispielen von 30 Designagenturen werden wir verschiedenen Aspekten des Corporate Design nachgehen: Von der Frage nach dem Ziel einer CI über die einzelnen Phasen des Designprozesses bis zur geglückten Umsetzung – vom Briefing, über Entwurf bis zur Drucküberwachung.

Corporate Identity: Corporate Design - Corporate Communication - Corporate Behaviour

Formale Gestaltungskonstanten: Logo, Farbe, Bilder, Typografie als Informationsmittel, Typografie als Gestaltungsmittel
Gestaltungsprinzipien Grundkonzeption, Feinkonzeption, Thema und Metapher, Stil und Stilrichtung: CD-Manuell
Mediale Erweiterungen Transfer eines CD: dynamisches Logo, www, Image-Video.

Literatur

- Matthew Healey (2010), Stiebner Verlag
- Rayan Abdullah, Roger Cziwerny (2007), Corporate Design- Kosten, Hermann Schmidt Verlag
- Matthias Beyrow (2010), Corporate Identity und Corporate Design, Hrsg.: avedition,

Lehrveranstaltungen

Dozent(in)	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
Prof. Dipl.-Des. Christoph Althaus	Corporate Design	4