

Modulbezeichnung:	Corporate Design	
Modulnummer: DLBKDCD	Semester: --	Dauer: Minimaldauer 1 Semester
Modultyp: Pflicht		Regulär angeboten im: WS, SS
Workload: 150 h		ECTS Punkte: 5
Zugangsvoraussetzungen: keine		Unterrichtssprache: Deutsch
Kurse im Modul: <ul style="list-style-type: none">Corporate Design (DLBKDCD01)		Workload: Selbststudium: 110 h Selbstüberprüfung: 20 h Tutorien: 20 h
Kurskoordinatoren/Tutoren:: Siehe aktuelle Liste der Tutoren im Learning Management System		Modulverantwortliche(r): Nora Bilz
Bezüge zu anderen Programmen: <ul style="list-style-type: none">Bachelor Mediendesign		Bezüge zu anderen Modulen im Programm: <ul style="list-style-type: none">Typografie: Schrift entdeckenTypografie: Schrift anwendenDesigngrundlagen: sehen und verstehenDesigngrundlagen: kombinieren und anwendenDesign im Raum
Qualifikations- und Lernziele des Moduls: Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage, <ul style="list-style-type: none">den Nutzen und die wirtschaftliche Bedeutung eines Corporate Designs zu verstehen und zu erklären.Corporate Design-Umsetzungen durch Anwendung geeigneter Bewertungskriterien zu analysieren und zu bewerten.den Aufwand und die Kosten einer Corporate Design-Entwicklung abzuschätzen.ein Corporate Design-Projekt in allen relevanten Schritten weitestgehend eigenständig zu konzipieren und umzusetzen.die gängigen Bestandteile eines CD-Manuals zu kennen und ein solches weitestgehend eigenständig zu erstellen.		
Lehrinhalt des Moduls:		

- Corporate Design verstehen
- Corporate Design planen
- Corporate Design entwickeln und gestalten
- Corporate Design umsetzen
- Trend: Corporate Design interaktiv, dynamisch, fluide und flexibel

Lehrmethoden:	Siehe Kursbeschreibung	
Literatur:	Siehe Literaturliste der vorliegenden Kursbeschreibung	
Anteil der Modulnote an der Gesamtabchlussnote des Programms: --	Prüfungszulassungsvoraussetzung:	Abschlussprüfungen:
	Siehe Kursbeschreibung	DLBKDCD01: Schriftliche Ausarbeitung: Fallstudie (100 %)

Kursnummer: DLBKDCD01	Kursname: Corporate Design	Gesamtstunden: 150 h ECTS Punkte: 5 ECTS
Kurstyp: Pflicht Kursangebot: Kursdauer: Minimaldauer 1 Semester		Zugangsvoraussetzungen: keine
Kurskoordinator(en) / Dozenten / Lektoren: Siehe aktuelle Liste der Tutoren im Learning Management System		Bezüge zu anderen Modulen: Siehe Modulbeschreibung
<p>Beschreibung des Kurses:</p> <p>Im Zeitalter der Globalisierung hat die Notwendigkeit zur Abgrenzung gegenüber Mitbewerbern in den vergangenen Jahren stetig zugenommen. Ein glaubwürdiges und authentisches Auftreten, steigert die Konkurrenzfähigkeit und den Erfolg eines Unternehmens nachweislich. Um das authentische Image eines Unternehmens erfolgreich aufzubauen, müssen jedoch seine grundsätzlichen Werte und Ziele sichtbar gemacht werden. Erst durch die Entwicklung und den konsequenten Einsatz eines Corporate Designs – vom Logo, über die Visitenkarte bis zur Website, von der Gebäudebeschriftung über die Verpackung, die Arbeitskleidung und Autobeschriftung – entsteht ein prägnantes, unverwechselbares Erscheinungsbild, das einem Unternehmen zu einem entscheidenden Wettbewerbsvorteil verhelfen kann.</p> <p>In diesem Kurs erfahren die Studierenden, welchen Nutzen der Einsatz eines Corporate Designs haben kann, welche Schritte erforderlich sind, um ein stimmiges Corporate Design zu entwickeln und erfolgreich in einem Unternehmen einzuführen. Der Corporate Design-Prozess wird dabei Schritt für Schritt erarbeitet – von der Recherche, über den Entwurf und die Produktion bis hin zur Nachbetreuung. Die bisher erarbeiteten Gestaltungsgrundlagen werden dabei umfassend angewendet und weiter gefestigt. Auf der Agenda stehen zudem Themen wie die Herausforderung dynamischer und flexibler Umsetzungen oder fluide und interaktive Corporate Design-Systeme. Ebenso können gelungene Corporate Design-Beispiele aus der Praxis analysiert und diskutiert werden.</p> <p>Kursziele:</p> <p>Nach erfolgreichem Abschluss des Kurses sind die Studierenden in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> • den Nutzen und die wirtschaftliche Bedeutung eines Corporate Designs zu verstehen und zu erklären. • Corporate Design-Umsetzungen durch Anwendung geeigneter Bewertungskriterien zu analysieren und zu bewerten. • den Aufwand und die Kosten einer Corporate Design-Entwicklung abzuschätzen. • ein Corporate Design-Projekt in allen relevanten Schritten weitestgehend eigenständig zu konzipieren und umzusetzen. • die gängigen Bestandteile eines CD-Manuals zu kennen und ein solches weitestgehend eigenständig zu erstellen. <p>Lehrmethoden:</p> <p>Die Lehrmaterialien enthalten Skripte, Video-Vorlesungen, Übungen, Podcasts, (Online-) Tutorien und Fallstudien. Sie sind so strukturiert, dass Studierende sie in freier Ortswahl und zeitlich unabhängig bearbeiten können.</p> <p>Inhalte des Kurses</p> <p>1. Einführung Corporate Design</p> <p>1.1 Geschichte und Entwicklung des Begriffs Corporate Design</p> <p>1.2 Corporate Design, Corporate Identity, Branding – Definitionen</p>		

1.3 Corporate Design und Digitalisierung

2. Corporate Design verstehen

2.1 Wirkung

2.2 Nutzen und wirtschaftliche Bedeutung

2.3 Eigenschaften

2.4 Bestandteile

2.5 Katalog umsetzbarer CD-Elemente

3. Corporate Design planen

3.1 Exkurs: Corporate Design als Teil der Markenstrategie

3.2 Briefing, Rebriefing

3.3 Recherche Markt und Mitbewerber

3.4 Definition Zielgruppe, Personas

3.5 Entwicklung Markenkern

3.6 Budget (Honorare, Nebenkosten)

4. Corporate Design gestalten

4.1 Logos

4.2 Sekundäre Stilelemente

4.3 Typografie und Corporate Type

4.4 Farbeinsatz und Corporate Colour

4.5 Form, Wirkung

4.6 Bildsprache

5. Corporate Design umsetzen

5.1 Exkurs: Markenregistrierung

5.2 Anwendungen

5.3 CD-Manual

5.4 Externe Präsentation und Nachbetreuung

6. Corporate Design 4.0

6.1 Corporate Design interaktiv, dynamisch, fluide und flexibel

6.2 Allgemeine Bewertungskriterie

Literatur:

- Beyrow, M./Daldrop, N./Kiedaisch, P. (2013): Corporate Identity und Corporate Design. avedition, Stuttgart.
- Beyrow, M./Kiedaisch, P./Klett, B.(2018): Corporate Identity & Corporate Design 4.0: Das Kompendium. avedition, Stuttgart.
- Daldrop, N. (1997): Kompendium Corporate Identity und Corporate Design by Norbert Daldrop. avedition, Stuttgart.
- designaustria (2012): Qualitätsstandards für Corporate Design. Creative Industries Styria, Wien.
- designaustria (2012): Was ist Corporate Design?. Creative Industries Styria, Wien.
- Dunkl, M. (2017): Corporate Design Praxis: Das Handbuch der visuellen Identität von Unternehmen. LexisNexis, Wien.
- Hensel, D. (2015): Understanding Branding: Strategie- und Designprozesse verstehen und anwenden. Stiebner, Grünwald.
- Odo-Ekke, B./Leifer, T. (2017): Corporate Design Preis 2017. seltmann+söhne, Berlin.

Eine aktuelle Liste mit kursspezifischer Pflichtlektüre sowie Hinweisen zu weiterführender Literatur ist im Learning Management System hinterlegt.

Prüfungsleistung:

Schriftliche Ausarbeitung: Fallstudie

Zeitaufwand Studierenden (in Std.): 150

Selbststudium (in Std.): 110

Selbstüberprüfung (in Std.): 20

Tutorien (in Std.): 20