

## 23020 - Corporate Identity

## 23020 - Corporate Identity

| Allgemeine Informationen                                                                                       |                                                                                                              |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Modulkürzel oder Nummer</b>                                                                                 | 23020                                                                                                        |
| <b>Eindeutige Bezeichnung</b>                                                                                  | CorpId-01-BA-M                                                                                               |
| <b>Modulverantwortlich(e)</b>                                                                                  | Prof. Dr. Kronewald, Elke (elke.kronewald@haw-kiel.de)                                                       |
| <b>Lehrperson(en)</b>                                                                                          | M.A. Fetratnejad, Amir (amir.fetratnejad@haw-kiel.de)<br>B.A. Langmaack, Petra (petra.langmaack@haw-kiel.de) |
| <b>Wird angeboten zum</b>                                                                                      | Wintersemester 2018/19                                                                                       |
| <b>Moduldauer</b>                                                                                              | 1 Fachsemester                                                                                               |
| <b>Angebotsfrequenz</b>                                                                                        | Regelmäßig                                                                                                   |
| <b>Angebotsturnus</b>                                                                                          | In der Regel im Wintersemester                                                                               |
| <b>Lehrsprache</b>                                                                                             | Deutsch                                                                                                      |
| <b>Empfohlen für internationale Studierende</b>                                                                | Nein                                                                                                         |
| <b>Ist als Wahlmodul auch für andere Studiengänge freigegeben (ggf. Interdisziplinäres Modulangebot - IDL)</b> | Nein                                                                                                         |

| Studiengänge und Art des Moduls (gemäß Prüfungsordnung)                                                                    |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Studiengang: B.A. - ÖuU - Öffentlichkeitsarbeit und Unternehmenskommunikation<br>Modulart: Pflichtmodul<br>Fachsemester: 3 |

| Kompetenzen / Lernergebnisse                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <i>Kompetenzbereiche: Wissen und Verstehen; Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen; Kommunikation und Kooperation; Wissenschaftliches Selbstverständnis/Professionalität.</i>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- Die Relevanz von Corporate Identity-Konzepten, Unternehmenskultur sowie der Kommunikation von Botschaften erkennen und beschreiben</li> <li>- Benennen von Prinzipien und Instrumenten der Corporate Identity und des Corporate Publishings</li> <li>- Die wichtigsten Corporate Video-Formate erkennen und vergleichen (z.B. PR-/Image-/Schulungsfilm)</li> <li>- Erklären des zugrundeliegenden Prozesses bei der Erstellung von Unternehmensfilmen (Konzeption, Produktion, Vermarktung)</li> <li>- Die wichtigsten Arbeitsschritte einer Video-Produktion von der Pitchvorbereitung über die Ideenentwicklung bis zur Postproduktion und Abnahme skizzieren</li> <li>- Corporate Design-Elemente und -Gestaltungsgrundlage erkennen und benennen.</li> </ul> |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- Beurteilen von Stilmitteln, dramaturgischen Techniken sowie ästhetischen Ansätzen im Corporate Video</li> <li>- Entwicklung und Betreuung von individuellen Konzepten und Lösungen für Corporate Videos</li> <li>- Corporate-Design-Konzepte analysieren und reflektieren</li> <li>- Beurteilen von Logo-Prinzipien</li> <li>- Erstellen von Corporate Publishing-Produkten</li> <li>- Designprozesse planen</li> <li>- Ein praktisches Corporate Design-Projekt konzipieren und umsetzen</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                             |
| Zusammenarbeiten im Team                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |

- Einblicke in die Komplexität von Corporate Video- und Corporate Publishing-Projekten
- Verständnis für die Zahlen und die Wirtschaftlichkeit einer Videoproduktion

### Angaben zum Inhalt

|                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|--------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Lehrinhalte</b> | <p>Zu Beginn werden überblicksartig Corporate Identity-Konzepte sowie deren zentrale Elemente vorgestellt (Unternehmenskultur, Unternehmensleitbild, Instrumente).</p> <p>Im Modul gibt es zwei inhaltliche Schwerpunkte:</p> <p>1. Corporate Video<br/>Im Zentrum stehen die gängigen Genres des Wirtschafts- oder Unternehmensfilms, z.B. Imagefilme, Produkt-, Schulungs- und Messerfilme, Eventdokumentationen, Viralfilme, HR-Filme. Es werden die wesentlichen Prozesse und Herangehensweisen (sachlich informativ, fiktiv, spielerisch,...) bei Konzeption und Produktion eines Corporate Videos vermittelt und im Rahmen eines Projekts angewendet.</p> <p>2. Corporate Design und Publishing<br/>Die Studierenden durchlaufen in einem praktischen Semesterprojekt alle Phasen eines Designprozesses. Die Studierenden lernen die Konzeption und Realisation von CD-Produkten unter Berücksichtigung der Gestaltungsgrundlagen und des CD-Manuals kennen und anwenden.<br/>Zentrale Lehrinhalte sind:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Grundlagen: Bildkomposition, Bildaufbau und Bildinhalt</li> <li>• Grundlagen der Gestaltung: Grundformen, Proportionen, Farblehre- und systeme, Layout</li> <li>• Elemente des Corporate Design (CD)</li> <li>• Corporate Publishing</li> <li>• CD-Konzepte analysieren und reflektieren</li> <li>• CD Manual beurteilen und anwenden können.</li> <li>• Einsatz CD im praktischen Projekt</li> <li>• Basiswissen in den Programmen InDesign und Photoshop</li> </ul> |
| <b>Literatur</b>   | <p>Alexander, K. (2013), Kompendium der visuellen Information und Kommunikation, Berlin, x.media.press, Springer Verlag</p> <p>Böhringer, B./Schlaich, P. (2014), Kompendium der Mediengestaltung Band 1 bis 3, Berlin, x.media.press, Springer Verlag, 6. Auflage</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |

### Lehrformen der Lehrveranstaltungen

| Lehrform    | SWS |
|-------------|-----|
| Lehrvortrag | 4   |
| Übung       | 4   |

### Arbeitsaufwand

|                        |                       |
|------------------------|-----------------------|
| <b>Anzahl der SWS</b>  | 8 SWS                 |
| <b>Leistungspunkte</b> | 15,00 Leistungspunkte |
| <b>Präsenzzeit</b>     | 96 Stunden            |
| <b>Selbststudium</b>   | 354 Stunden           |

### Modulprüfungsleistung

|                                                                |                                                                                                                                      |
|----------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Voraussetzung für die Teilnahme an der Prüfung gemäß PO</b> | Keine                                                                                                                                |
| <b>23020 - Portfolioprfung</b>                                 | <p>Prüfungsform: Portfolioprfung</p> <p>Gewichtung: 100%</p> <p>wird angerechnet gem. § 11 Absatz 2 PVO: Nein</p> <p>Benotet: Ja</p> |

| Sonstiges |                                                                                                  |
|-----------|--------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Sonstiges | Die detaillierte Beschreibung der Prüfungsleistung wird zu Beginn des Semesters bekannt gegeben. |