

SS 2011

Grundlagenkurs: Crossmedia & integrierte Kommunikation
Hochschulmarketing Intermedia Design

INTERMEDIALES DESIGN

Prof. Dipl. Des. Tom Hirt
 Fachbereich Gestaltung
 FH Trier

Bereich	Modulnr.	Semester	Grundlagen		Vertiefung			Schwerpunkt
			1	2	3	4	5	6
B1	45 CP	ENTWERFEN						
	BIMD_1.0.1	Einführung in intermediale Konzept & transdisziplinäre Projekte I-V	5x 3_2_V**					
	BIMD_1.1.1	AV-Medien: Audio, Video, Composite Images & 2D-Animation						
	BIMD_1.1.2	Interaktive & hypermediale Systeme						
	BIMD_1.1.3	Medien im Raum, Raum in den Medien - mediale Szenografien			6_4_V	6_4_V	6_4_V	9_4_V
	BIMD_1.1.4	Character-, Concept-, 3D-, Animation- & GameDesign						
	BIMD_1.1.5	Crossmedia und integrierte Kommunikation						
	PO-Anl. 8	Geeignete Polymodule FBG	3_2_V*					
		<i>Empfohlenes Semesterpensum</i>	9_6	9_6	6_4	6_4	6_4	9_4
B2	81 CP	GESTALTEN & DARSTELLEN						
	BIMD_2.0.1	Einführung in intermediale Qualifikationsfelder I-V	5x 3_2_V**					
	BIMD_2.1.1	AV-Medien: Audio, Video, Composite Images & 2D-Animation						
	BIMD_2.1.2	Interaktive & hypermediale Systeme						
	BIMD_2.1.3	Medien im Raum, Raum in den Medien - mediale Szenografien			6_4_V	6_4_V	6_4_V	
	BIMD_2.1.4	Character-, Concept-, 3D-, Animation- & GameDesign						
	BIMD_2.1.5	Crossmedia und integrierte Kommunikation						
	PO-Anl. 8	Geeignete Polymodule FBG	3_2_V*					
		<i>Empfohlenes Semesterpensum</i>	9_6	9_6	6_4	6_4	6_4	
	BIMD_2.2.0	Grundlagen intermedialer Gestaltung (GIG) I-V	6_4_V	6_4_V	9_4_V	9_4_V	9_4_V	
	PO-Anl. 8	Geeignete Polymodule FBG	3_2_V	3_2_V				
		<i>Empfohlenes Semesterpensum</i>	9_6	9_6	9_4	9_4	9_4	
B4	36 CP	KONTEXT						
	BIMD_4.1.1	ImD in Theorie u. Praxis – Einführung I+II	3_2_V	3_2_V				
	BIMD_4.2.4	Mediengeschichte, -ästhetik & operative Medienpraxis			3_2_V	3_2_V	3_2_V	3_2_V
	BIMD_4.3.3	Jahresthema I: Konzeption und Projektentwicklung			6_4_V			
	BIMD_4.3.4	Jahresthema II: Projektentwicklung und Realisation				6_4_V		
	BIMD_4.3.5	Jahresthema III: Realisation und Präsentation					6_4_V	
B6	18 CP	BACHELOR-Arbeit/ -SEMINAR						
	BIMD_6.1.6	Bachelor-Seminar						6_2_Pp/HR
	BIMD_6.2.6	Bachelor-Arbeit (Thesis + Kolloquium)						12_0_Pp+Ko
	180 CP	CP Summe	<i>CP pro Semester</i>		30	30	30	30

Grundlagenkurs Crossmedia & integrierte Kommunikation

Gesamtaufwand 4.5 Stunden pro Woche für 3 Credits

2/3/30/60/90/4.5_prowoche)/BIMD_1.1.5/

sws/ects/kontaktzeit/selbststudium/workload/modul/

Grundlagenkurs Crossmedia & integrierte Kommunikation

Gemeinsame Zeit

1 > 17./18. Mrz. Einführung und Start Analysephase

2 > 31./01. Apr. Analysepräsentation und Start Konzeptphase

3 > 14/15. Apr. Konzeptpräsentation und Start Entwurfsphase

4 > 28./29. Apr. Zwischenpräsentation

5 > 12./13. Mai. (fällt aus da Designfusion)

6 > 26./27. Mai. Entwurfsphase

7 > 09./ 10. Jun. Entwurfsphase

8 > 23./ 24. Jun. (fällt aus da Fronleichnam)

9 > 07./ 08. Jul. Vorbereitung und Abschlußpräsentation

Abgabe: 3 Wochen nach Abschlusspräsentation der Dokumentation

Grundlagenkurs Crossmedia & integrierte Kommunikation

Was erwartet euch bei der Veranstaltung?

Kleiner Entwurfsweg: Analyse -> Konzeption -> Entwurf

Vorträge während der Veranstaltung von Tom

Vortrag von Uwe Stoklossa bei der Intermedia Design Lectures

Zwischenpräsentation

Finale Präsentation

Laufende Dokumentation im Kursblog

Abschlussdokumentation eures Projektes als PDF mit Einzelbildern/

Filmen

Vorträge während der Veranstaltung:

1. Grundlagen integrierte Kommunikation und Corporate Design
2. Grundlagen Designprozess: von der Idee zum Entwurf
3. Grundlagen Gestaltung am Bildschirm
4. Grundlagen crossmediale Gestaltung

Bewertungskriterien

01 Kursablauf	01	Kontinuierliche Fortschritte
	02	Anwesenheit
02 Emotionale Kompetenz	03	Teamfähigkeit und Austausch mit den anderen Kursteilnehmern
	04	Einbringen von Ideen für andere Kursteilnehmer
	05	Kritikfähigkeit (Differenzierung zwischen Person und Entwurf)
	06	Argumentationsfähigkeit, nachvollziehbare Argumentationsstruktur
	07	Vorhandensein eines Problembewusstseins
03 Analyse	08	Erarbeitung einer breiten Sicht auf das Thema
	09	Ausführliche Recherche
	10	Konzentration auf das Wesentliche
04 Konzept	11	Klares Konzept
	12	Sinnvolle Unterteilung des komplexen Themas
	13	Entwicklung einer Fragestellung und Eingrenzung des Themas
05 Entwurf und Umsetzung	14	Zielsicherer und damit wiederholbarer Entwurfsprozess
	15	Wahl des richtigen Mediums für die Umsetzung
	16	Ist die Arbeit für Aussenstehende nachvollziehbar
	17	Ist die Arbeit der Anzahl der teilgenommenen Personen angemessen
	18	Gestalterische Qualität
	19	Vorhandensein eines Problembewusstseins
	20	Klarer Aufbau der Arbeit
	21	Angemessener Umfang der Arbeit
	22	Medienadäquate Umsetzung
06 Präsentation	23	Klarer Vortrag des Inhalts
	24	Strukturiertes Vortragen
	25	Eingehen auf das Publikum
	26	Aufwerfen von weiterführenden Fragen
	27	Medienadäquate Nutzung
	28	Professionalität
	29	Dramaturgie in dem Ablauf
07 Dokumentation der Arbeit	30	Kontinuität der Dokumentation
	31	Dokumentation der Arbeit und Qualität
	32	Rechtzeitige Abgabe
	33	Nutzung der Kursdokumentation im Internet (Weblog)

Intermedia Design Marketing ×

imdmarketing.crossmedia-integrierte-kommunikation.de

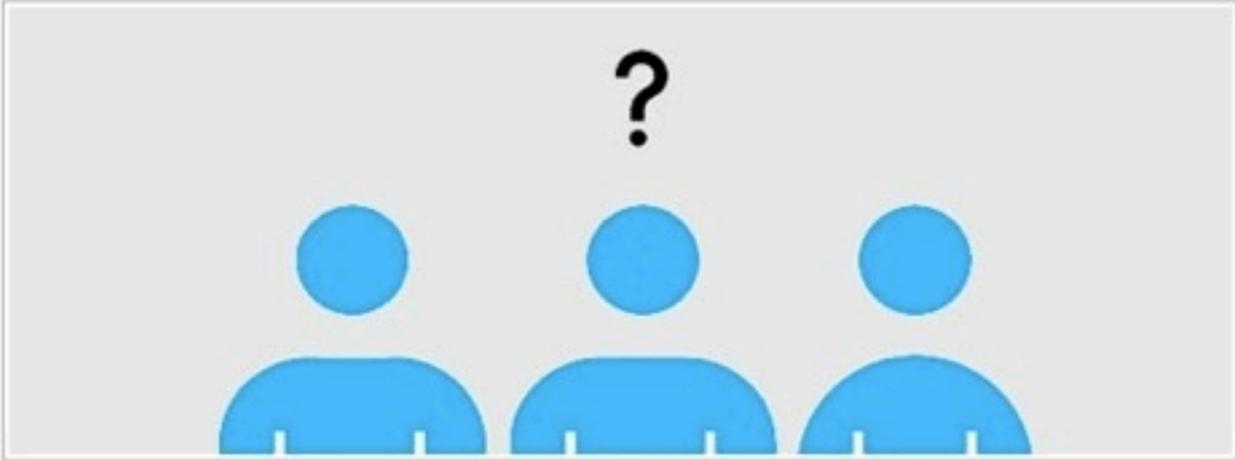
INTERMEDIA DESIGN MARKETING

Lehrveranstaltung FH Trier Intermediales Design von Tom Hirt

KURSINFO PROZESS **DOKUMENTATION** ERGEBNISSE

MRZ 16, 2011 · TOM HIRT · 1

Kursinformation



Kursinfo

Aufgabe des Kurses Grundlagen Crossmedia & Integrierte Kommunikation ist es, sich mit dem Thema crossmedialer Markenführung auseinanderzusetzen und ein eigenes kleines Entwurfsprojekt zu durchlaufen. [mehr erfahren](#)

Autoren

- tom hirt (1)

Meta

- [Login](#)

Titel des Seminars: Intermedia Design Marketing

Veranstalter: FH Trier, Intermediales Design

Projektlink: [Seminar-dokumentation im Web](#)

Lehrveranstaltung: Grundstudium Crossmedia und Integrierte Kommunikation

Lehrgebiet: Medienkommunikation

Beschreibung:

Aufgabe des Kurses Grundlagen Crossmedia & Integrierte Kommunikation ist es, sich mit dem Thema crossmedialer Markenführung auseinanderzusetzen und ein eigenes kleines Entwurfsprojekt zu durchlaufen.



Crossmedia & integrierte Kommunikation

1. Grundlagen integrierte Kommunikation und Corporate Design

Integrierte Kommunikation

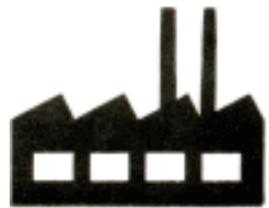
Merkmale:

- Integrierte Kommunikation ist darauf ausgerichtet, eine Einheit (Inhalt, Form und Zeit) in der Kommunikation zu schaffen
- Integrierte Kommunikation umfasst sämtliche internen und externen Kommunikationsinstrumente
- Integrierte Kommunikation soll die Effizienz der Kommunikation steigern (durch Synergieeffekte)
- Integrierte Kommunikation ist die Voraussetzung für die relevante Markenstrategie eines Unternehmens und dient zur kommunikativen Umsetzung markenstrategischer Entscheidungen

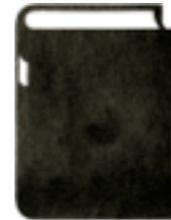
Integrierte Kommunikation

Ziele:

- Erhöhung der Kundenakzeptanz
- Differenzierung im Wettbewerb
- Übereinstimmung von Selbstbild (Corporate Identity) und Fremdbild (Corporate Image)
- Erhöhung der Motivation und Identifikation der Mitarbeiter
- Verbesserung der Kontrollmöglichkeiten der Leistung kommunikativer Maßnahmen
- Realisierung von Kostensenkungspotenzialen



Unternehmen



Kommunikationsmedien



Produkte



Architektur

Corporate Design

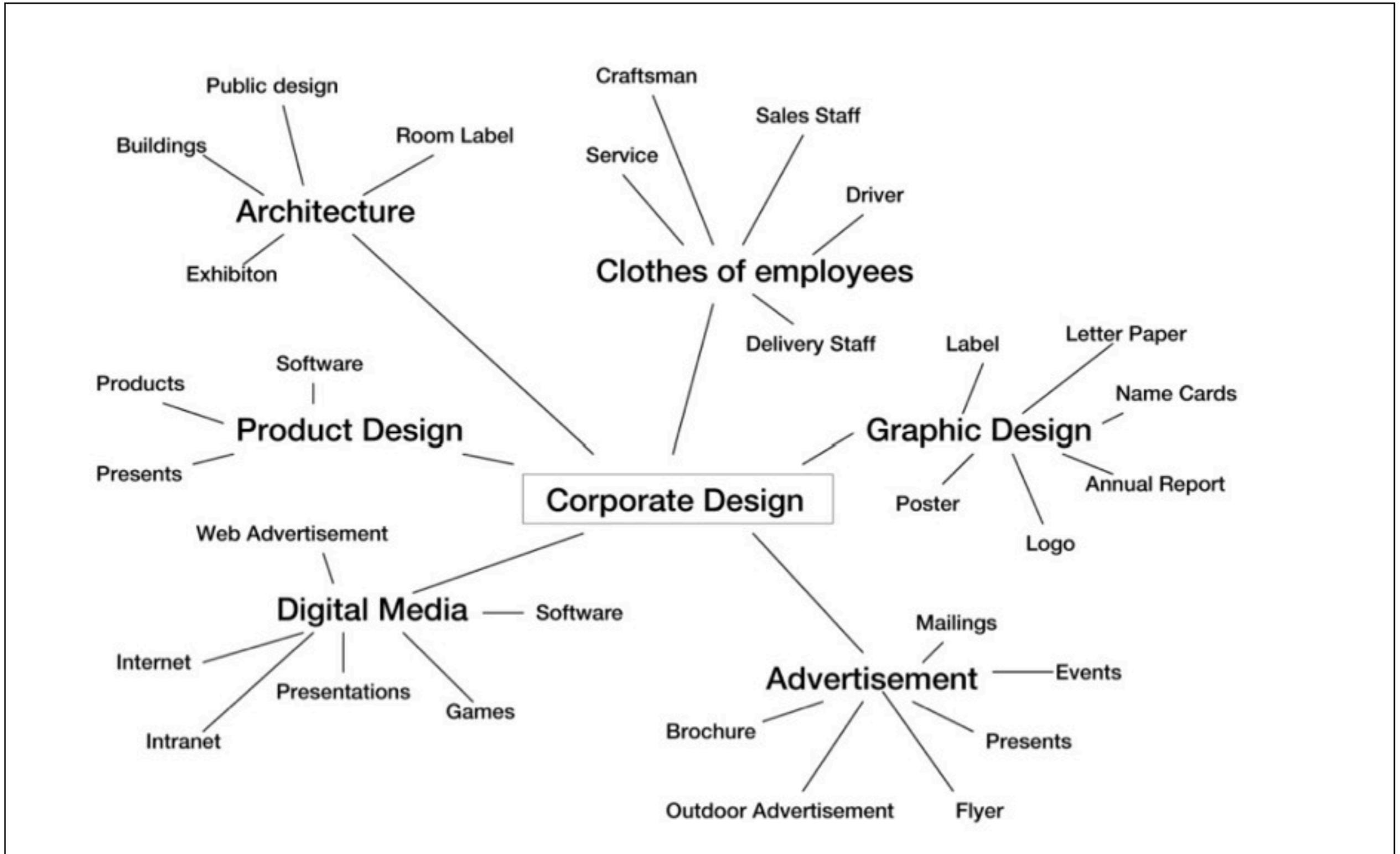
Der Begriff Corporate Design (CD) bzw. Unternehmenserscheinung bezeichnet einen Teilbereich der Unternehmensidentität (corporate identity) und beinhaltet das gesamte Erscheinungsbild eines Unternehmens oder einer Organisation. Dazu gehören sowohl die Gestaltung der Kommunikationsmittel (Firmenzeichen, Geschäftspapiere, Werbemittel, Verpackungen, Internetauftritt und andere) als auch das Produktdesign. Auch die gemeinsame Architektur wird bei einem durchdachten Corporate Design mit einbezogen.

Corporate Design

Der Begriff Corporate Design (CD) bzw. Unternehmenserscheinung bezeichnet einen Teilbereich der Unternehmensidentität (corporate identity) und beinhaltet das gesamte Erscheinungsbild eines Unternehmens oder einer Organisation. Dazu gehören sowohl die Gestaltung der Kommunikationsmittel (Firmenzeichen, Geschäftspapiere, Werbemittel, Verpackungen, Internetauftritt und andere) als auch das Produktdesign. Auch die gemeinsame Architektur wird bei einem durchdachten Corporate Design mit einbezogen.

INTERMEDIALES DESIGN

Prof. Dipl. Des. Tom Hirt
Fachbereich Gestaltung
FH Trier





Kommunikation 1964 World's Fair in New York, AT&T

<http://www.porticus.org/bell/telephones-picturephone.html>



Kommunikation 2010, Markteinführung iPhone 4 mit Facetime

<http://www.apple.com/iphone/features/facetime.html#facetime-video>

Integrierte Kommunikation Entwurfsaufgabe

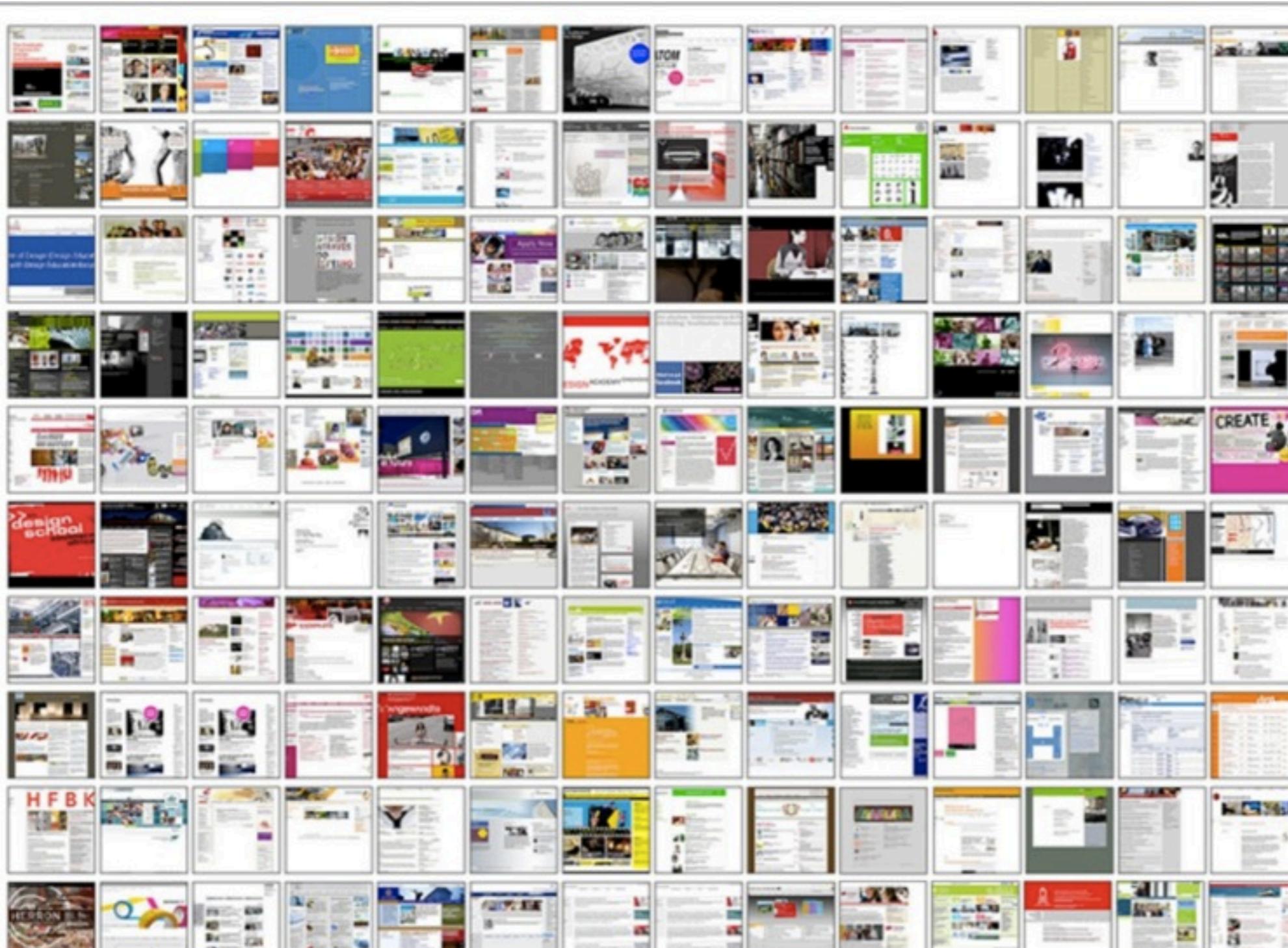
Aufgabe für das Semester: Wie können wir zukünftige Studenten für den Studiengang Intermedia Design begeistern?



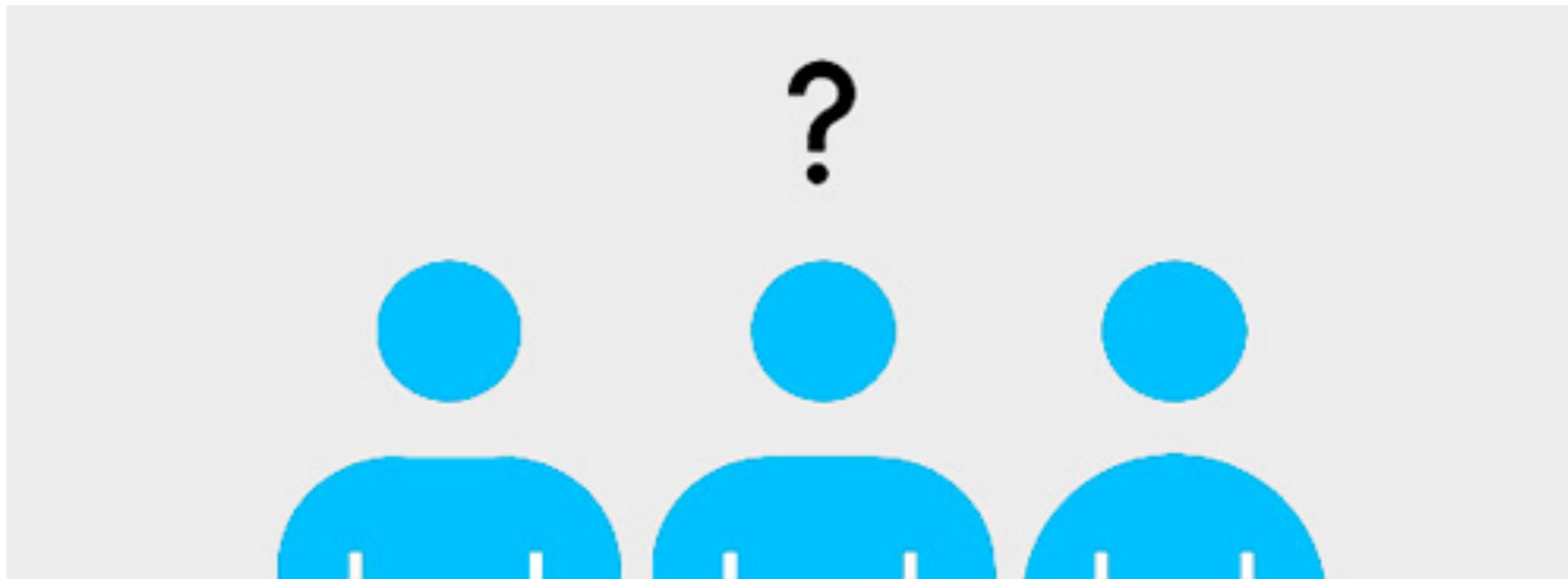
Designhochschulen im Vergleich



Analyse: 1. Bewertung der Hochschulauftritte im Internet

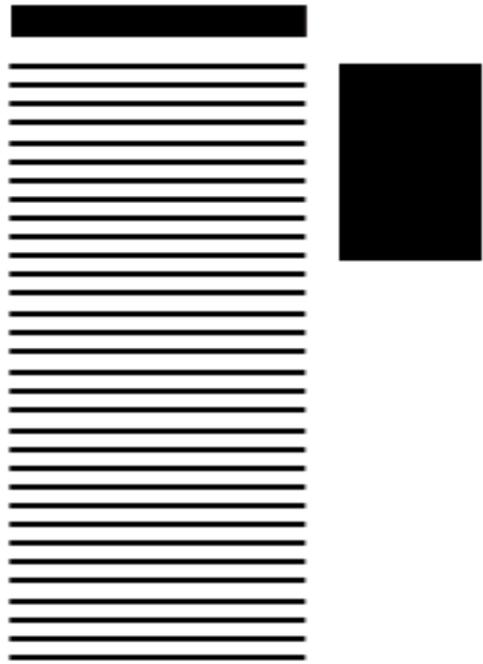


Analyse: 2. Anforderungen der Bewerber an ihr Studium

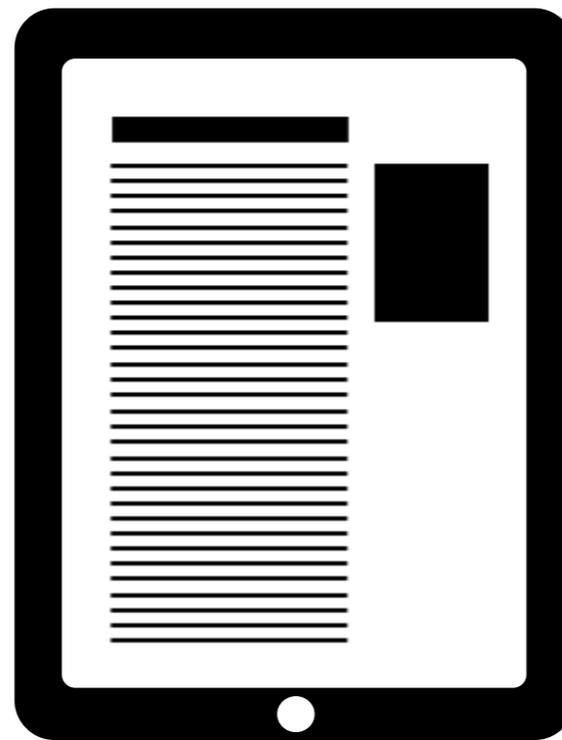




Integrierte Kommunikation



1. Inhalt

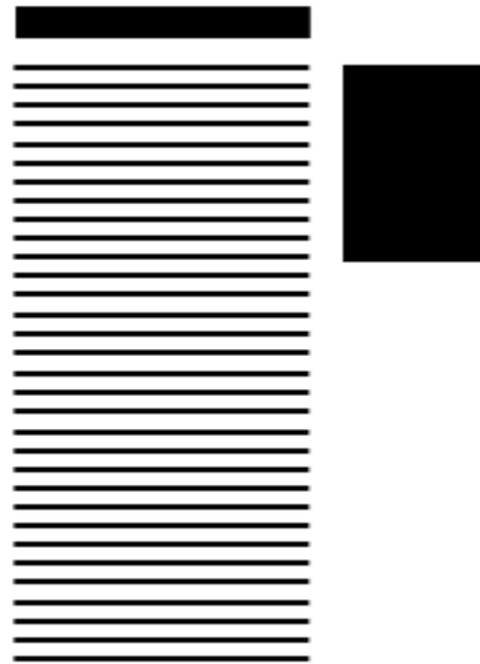


2. Form



3. Zeit

1. Inhalt



1. Inhalt -

Problemstellung:

Wie können wir zukünftige Studenten für den Studiengang Intermedia Design begeistern?

Zielgruppe:

Wem soll der Inhalt erzählt werden?

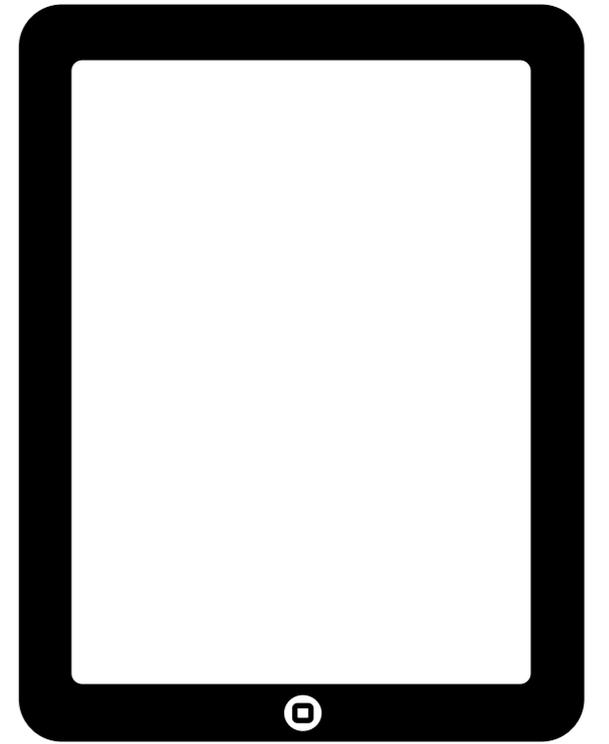
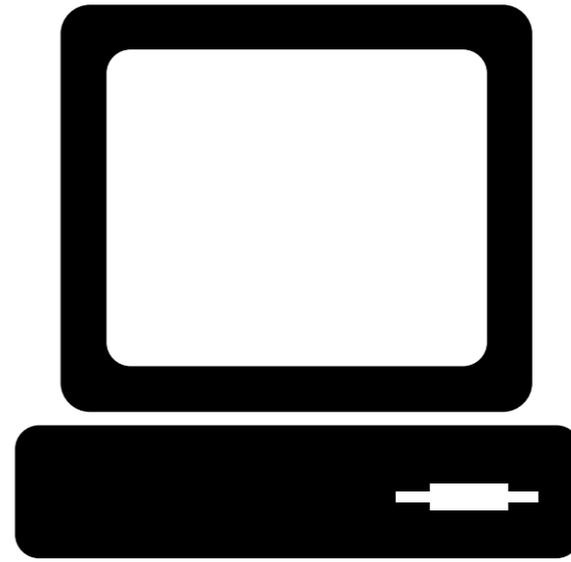
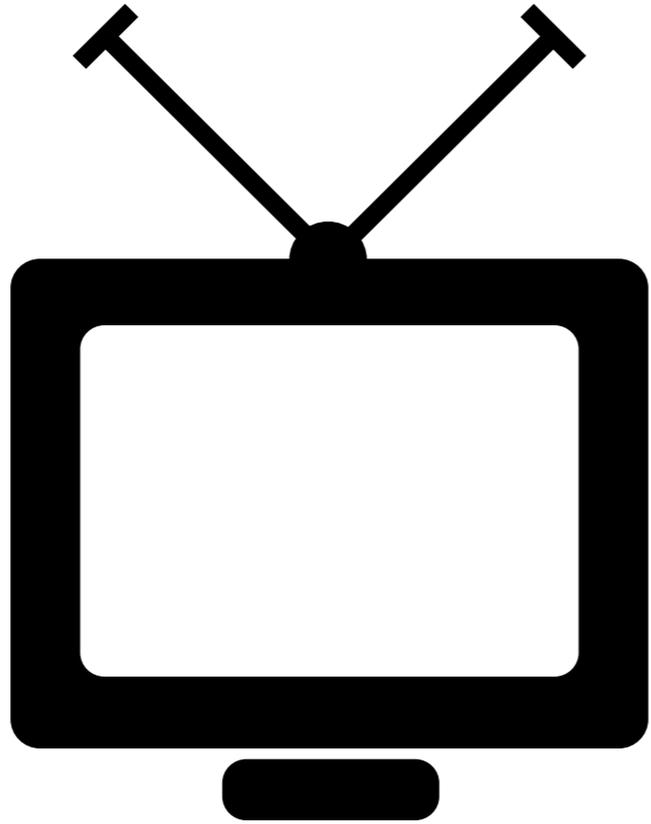
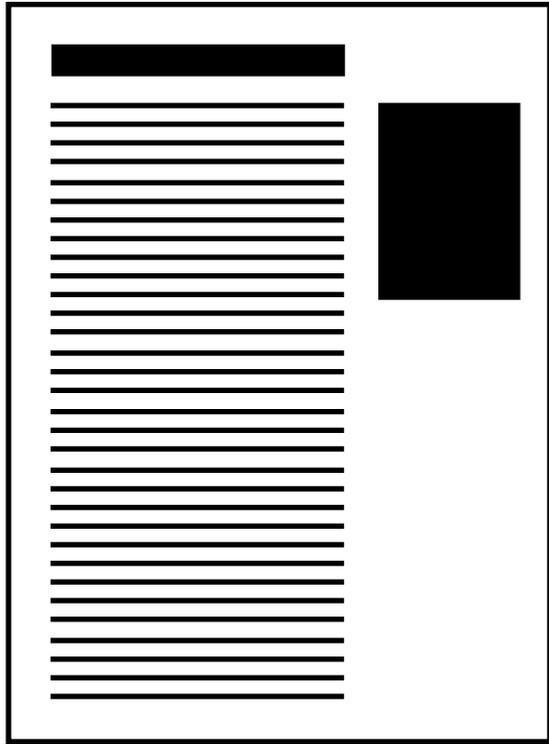
Inhalte:

Was soll erzählt werden?

Ziel:

Inhaltliches Konzept erstellen

2. Form



2. Form

Wie soll und in welchem Medium soll es kommuniziert werden? Wo erreiche ich meine Zielgruppe? Welche Medien werden genutzt? Wo bekomme ich zur Zeit Informationen zu dem Studiengang? Wie bewertet ihr die existierenden Kommunikationsmedien hinsichtlich ihrer Wirksamkeit?

Ziel:

Kommunikationsmedien festlegen und begründen

1. Digital- Film, Facebook, Podcast, Vimeo, Youtube, Webspecial, App
2. Print – Flyer, Broschüre, Plakat
3. Raum – Aufsteller, Event, Präsentation Keynote

3. Zeit



3. Zeit

Wann und in welcher Abfolge sollen der Inhalt in seinem Medium kommuniziert werden?

Ziel: Zeitliche Planung und Vernetzung der Medienkanäle bei der Veröffentlichung

1. Inhalt überlegen

Was soll an wen mit welchen Medien kommuniziert werden?

2. Form entscheiden

Drei Medien entscheiden und dafür ein Raster und Layout entwickeln

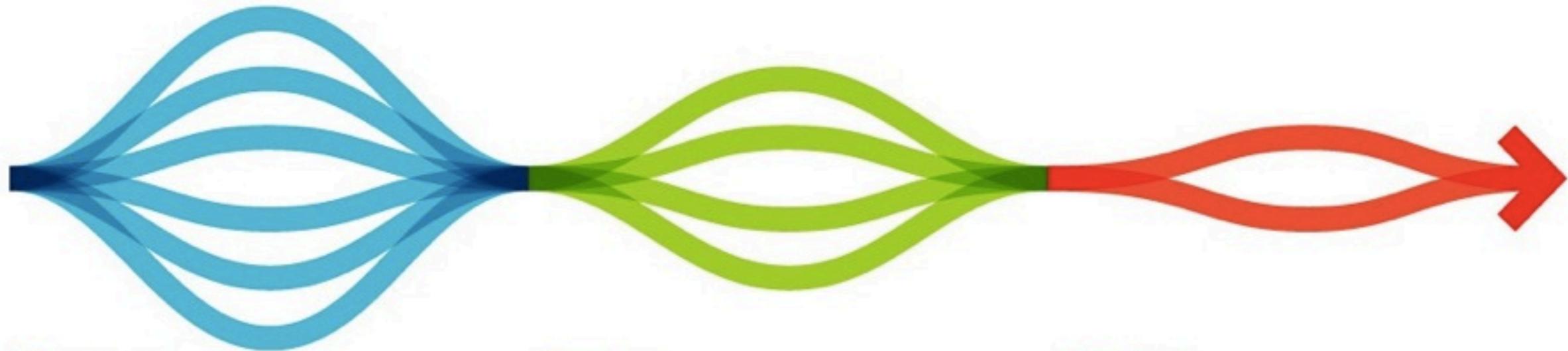
3. Zeit planen

Den zeitliche Ablauf des Inhalts und der eingesetzten Medien planen und festlegen

Zielgruppen:

1. Das Studium aus Sicht der Studierenden?
2. Das Studium aus Sicht der Lehrenden?
3. Das Studium aus Sicht der Arbeitgeber?

We meet client challenges with a simple yet powerful process.



Discover

Analysis Becomes Insight

Through intensive design research and strategic analysis, frog gains insight into customers, competitors, client brand, and key opportunities. Discover inspires and guides Design and Deliver.

Design

Insights Become Ideas

Here is where we produce a range of design approaches and concepts to more fully address the client's challenge. The concepts are reviewed, tested, refined, and crafted into a focused design direction.

Deliver

Ideas Become Reality

In this phase we specify, document, and deliver project details to the client for implementation, or we get involved directly in the production process—both guarantee the accurate translation of ideas into reality.

Quelle: Designprozess von der Agentur Frogdesign

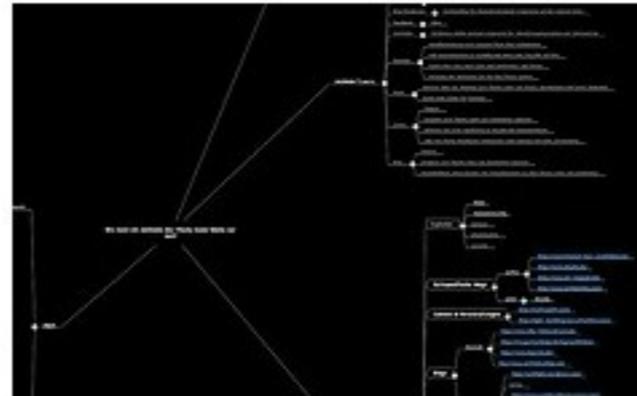
1. Analysephase

In der Analysephase werden andere Designhochschulen auf ihre inhaltlichen Aussagen untersucht und deren Nutzungs- und Designqualität bewertet. Parallel werden Anforderungen an die zu vermittelnden Inhalte und Medien der potenziellen Nutzergruppe recherchiert und bewertet.

Methoden Analyse



Gebrauchstauglichkeit testen



Mindmap erstellen



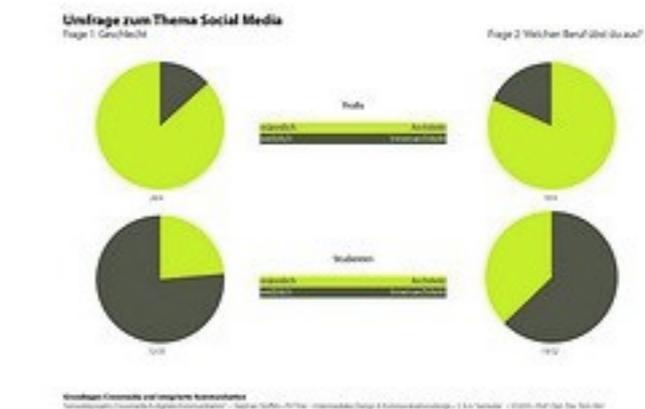
Ideen finden



Wettbewerber und Marken bewerten



Videointerviews durchführen

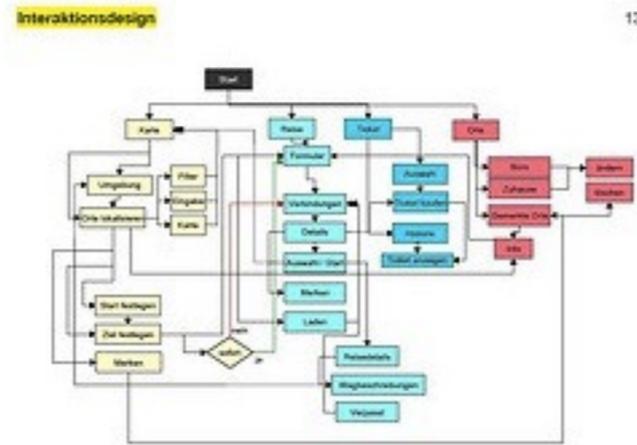


Online Umfrage durchführen

2. Konzeptphase

In der Konzeptphase sollen Anforderungen abgeleitet werden, die Schüler an ihre Hochschule haben, und ein inhaltliches Konzept erarbeitet werden.

Methoden Konzept



Nutzerwege darstellen und entwickeln

iKitchen - Analyse Nutzertypen

Typ 3

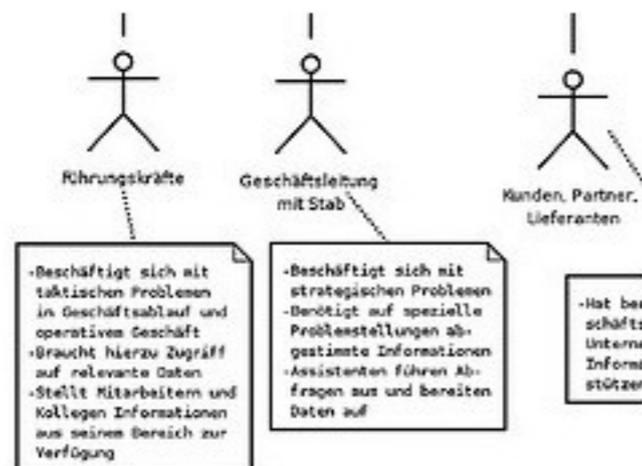
- Kochen ist Lifestyle
- Küche als Mittelpunkt des Wohnraums
- Kommunikationsort Küche
- großes Repertoire an Gerichten
- offen für neue Rezepte
- kauft sehr bewusst ein



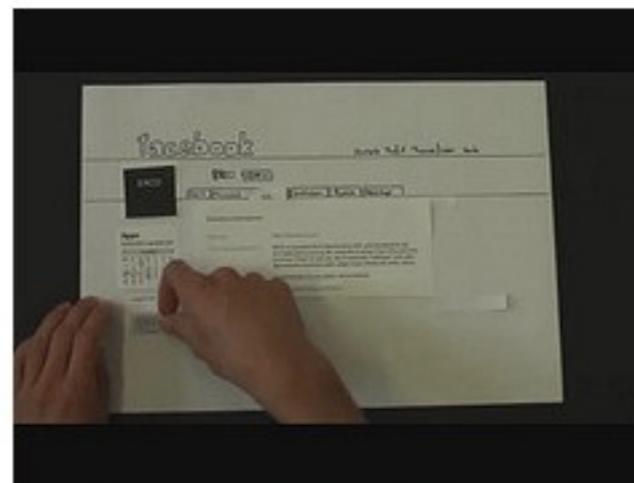
Nutzertypen festlegen



Wireframes erstellen



Use Case Analyse erstellen



Prototypen in Papier von Nutzern teste...

3. Entwurfsphase

In der Entwurfsphase sollen drei Medien ausgewählt und ein crossmediales Raster entwickelt werden. Die Inhalte (Bild, Bewegtbild, Text und Toninformationen) sollen in einem Layout angewendet werden.

4. Ergebnisse

Neben der schriftlichen, bildlichen Ausarbeitung ist eine Dokumentation der Analyse und Entwurfsergebnisse vorgesehen.



inform.
FH Düsseldorf, Diplomarbeit



Mobile Sales App Light Share
FH Trier, Semesterarbeit Vertiefung



Facebook App Light Source
FH Trier, Semesterarbeit Vertiefung



GreenBuy
FH Düsseldorf, Semesterarbeit



Light Lab Website
FH Trier, Semesterarbeit Vertiefung



Zeit iPad App
FH Trier, Semesterarbeit Grundlagen



DE:BUG
FH Trier, Semesterarbeit Grundlagen



Sport Trainingsprogramm Match
FH Düsseldorf, Diplomarbeit



Weltzeitung
FH Trier, Semesterarbeit Grundlagen



Knotdot
FH Trier, Semesterarbeit Grundlagen



Livestream-Konzertplattform INCONCERT
FH Düsseldorf, Diplomarbeit



Location Based Applications
FH Düsseldorf, Semesterprojekt