

Nr.	Titel	Zeit/Ort	Lehrende
FT 4501	<p data-bbox="316 264 751 320">Fachtheorie Communication (Modul 450 Communication Theory and Research)</p> <p data-bbox="316 349 847 875">Gute Werbung braucht zwei wichtige Zutaten: eine gute Kreation und eine sehr gute Strategie. Nur auf diese Weise können Erfolge besser und schneller erreicht werden als von der Konkurrenz. Dabei gilt: Ohne besondere Zielgruppenkenntnis, keine besonders wirksame Kommunikation. Um eine Zielgruppe mit einer bestimmten Botschaft zu erreichen und von dem eigenen Angebot zu überzeugen, ist in Marketing und Werbung ein grundlegendes Verständnis wichtig, wie verschiedene Menschen in bestimmten Lebenslagen und Situationen denken, fühlen und handeln. Was zeichnet zum Beispiel die Generation Y gegenüber der Generation Z aus? Was macht Digital Natives so besonders? Wie leben Hipster? Was überzeugt junge Mütter, was wollen frisch Verliebte hören und welche Botschaft kommt bei best friends (bff) gut an?</p> <p data-bbox="316 904 847 1458">Aus einem tiefergehenden Verständnis heraus, wie eine bestimmte Zielgruppe in ihrem Leben und Konsum „tickt“, lassen sich Insights ableiten, um die Zielgruppe strategisch mit Erfolg zu erreichen. In dieser Veranstaltung wollen wir uns daher mit der Entwicklung und Umsetzung erfolgversprechender Kommunikationsstrategien für verschiedene Marken befassen: Was macht gute Kommunikationsplanung (Planning) aus? Wer ist die geeignete Zielgruppe für ein bestimmtes Angebot? Wie finden wir heraus, wie eine Zielgruppe „tickt“? Welche besondere Rolle haben Emotionen und Werte für eine Zielgruppe und deren Konsum? Wie lassen sich Kommunikationsstrategien für verschiedene Zielgruppen und Produkte sowie Marken formulieren und welche zielführenden Gestaltungsideen für die eigene Kampagnencreation leiten sich daraus ab?</p>	<p data-bbox="858 264 1038 320">Freitag: 09:00 - 13:00, wöchentlich (ab 18.10.2024), Ort: HIWB207 - Advertising Design</p>	Schimansky, Alexander
FT 4511	<p data-bbox="316 1503 831 1585">Corporate Identity Analysen, Branding Strategie und Konzeption (Modul 451 Branding Strategie und Corporate Identity)</p>	<p data-bbox="858 1503 1038 1585">Freitag: 10:00 - 13:00, wöchentlich (ab 25.10.2024), Ort: HIWB209 - Branding Design/ Grafikdesign, (https://us06web.z oom.us/j/822887 04947)</p>	Haensch, Konstantin Daniel

Nr.	Titel	Zeit/Ort	Lehrende
FT 4521	<p>Fachtheorie Digitales Design (Modul 452 Digital Environments)</p> <p>Eine theoretische Auseinandersetzung mit den Grundzügen von Digitalität im Allgemeinen und digitalen Medien im Speziellen lässt sich an einzelne relevante Themen knüpfen. Anhand ausgewählter Themen, die unsere Vorstellungen und unseren Umgang mit Digitalen Medien und Digitalen Environments entscheidend geprägt haben oder weiterhin einschneidend beeinflussen, nähern wir uns einem breiten Verständnis von Digitalität.</p>	<p>Freitag: 08:30 - 10:30, wöchentlich (ab 25.10.2024), Ort: HIWBE01</p>	<p>Schwingeler, Stephan</p>
FT 4551	<p>Fachtheorie_Objekt_Material-Ästhetik im historischen & zeitlichen Kontext (Modul 455 Materialästhetik)</p> <p>FT 4551_Fachtheorie_Objekt_Material-Ästhetik im historischen & zeitlichen Kontext</p> <p>In diesem Seminar betrachten wir interaktiv und gemeinsam Objekte aus zwei Perspektiven (Raum und Körper) im historischen & zeitlichen Kontext. Zentral sind dabei Fragestellungen zur Genese und Anliegen von Objekten in Beziehung zu den jeweiligen Handlungsräumen/ Orten. Wichtig hierbei ist ebenso die Untersuchung in der Verwendung und Übersetzung von Material und Motiv, als dass diese Reflexion die eigenen Gestaltungsprozesse bewußter werden lässt und das implizite Anliegen lesbar macht. Im letzten Viertel des Seminars fokussieren wir das selbstständige Arbeiten/ gewerbliche Tätigkeiten in den rechtlichen/ ökonomischen Anteilen mit Kalkulation, Rechnungstellungen etc..</p> <p>Voraussichtlicher Seminar-Ablauf:</p> <p>01 _ Fr. 18.10.2024 Treffpunkt: HAWK, Haus C, Raum 14 EG</p> <p>Intro + Infos + Aufgabenstellung</p> <p>(für die Exkursion: GRASSI-Messe Leipzig bzgl. Exkursionszuschuss , Treffpunkt in Leipzig usw.)</p>	<p>Freitag: 09:30 - 12:30, wöchentlich (ab 18.10.2024), Ort: HIWCE14 - Bereich Schmiede</p>	<p>Gerbracht, Hartwig, Isverding, Melanie</p>

Nr.	Titel	Zeit/Ort	Lehrende
	02 _ Fr. 25.10.2024 EXKURSION Gassi-Messe 10:45 Treffpunkt vor Ort > Aufgabe (gemeinsam) 11:00- 16:00 Gassi-Messe in Leipzig > Individuelle Anfahrt		
	00 _ Fr. 01.11.2024		
	kein Seminar (Do. = Feiertag/ Reformationstag Brückentag)		
	03 _ Fr. 08.11.2024 – Reflexion Grassi-Messe und Vorstellen der ersten Aufgabe (Ergebnisse)		
	04 _ Fr. 15.11.2024 – Raumbezogene Metallgestaltung / Hartwig Gerbracht		
	05 _ Fr. 22.11.2024 – Raumbezogene Metallgestaltung – Exkursion:		
	06 _ Fr. 29.11.2024 – Raumbezogene Metallgestaltung / Hartwig Gerbracht		
	07 _ Fr. 06.12.2024 – Raumbezogene Metallgestaltung / Hartwig Gerbracht		
	08 _ Fr. 13.12.2024 – Schmuck/ Körperbezogenes Objekt / Melanie Isverding / Exkursion zum Goldschmiedehaus Hanau: Ausstellung von Alexander Blank		
	09 _ Fr. 20.12.2024 – Schmuck/ Körperbezogenes Objekt / Melanie Isverding		
	10 _ Fr. 03.01.2025 – Schmuck/ Körperbezogenes Objekt / Melanie Isverding		
	11 _ Fr. 10.01.2025 – Schmuck/ Körperbezogenes Objekt / Melanie Isverding		
	12 _ Fr. 17.01.2025 – Thema: Selbstständigkeit / Peter Lipp		
	13 _ Fr. 24.01.2025 – Thema: Selbstständigkeit / Peter Lipp		
	14 _ Fr. 31.01.2025 – Reservetermin / Semesterrückblick		
FT 4561	Objekt, Produktgestaltung im hist. und zeitg. Kontext (Modul 456 Ergonomie und Produktgestaltung im hist. und zeitl. Kontext)	Freitag: 09:00 - 12:00, wöchentlich (ab 18.10.2024), Ort: HIWB121 - Projektraum Grafik Design	Ries, Matthias, Schulz, Andreas