

Veranstaltungsankündigung SS 13

Titel der Veranstaltung

Experience & Interaction Design

Thema

Experience & Interaction Design für ein Unternehmen

- mediales Designs und der Zusammenhang zwischen der Schaffung positiver User Experience und dem Produkterfolg
- Einbeziehung des Nutzerverhalten im Rahmen nutzerorientierter Designmethoden in die Entwicklung von Services

Die Funktion von Experience- and Interactiondesign in Marken- und Unternehmensstrategien,

- Methoden und Strategien zur Entwicklung interaktiver Produkte, Interfaces und User Experience,
- theoretische Grundbegriffe wie Dialoggestaltung, Usability, User Experience, Touch Point, Interface, Consistency, 80/20 rule, simplicity, M-/E/f-Commerce, Mediale Kommunikation, Apps.

Strategien im Kontext von Interaktivität und Experience:

- den Zusammenhang aus Wahrnehmung, Interaktion, Erwartung, Handlung und Rückkopplung als ein zusammenhängendes Feld der Gestaltung
- die Nachhaltigkeit der Erfahrung als zentrale Rolle (positive Experience)
- mediale, interaktive Designs und Experiences aus Sicht verschiedener Zielgruppen und Einsatzgebiete im Kontext
- die Interaktion zwischen Nutzer und Produkt ganzheitlich analysieren und gestalten,
- Projektanteile in branchenüblichen Teamstrukturen aktiv zu gestalten,
- Methoden und Werkzeuge zur Entwicklung von Interaktionsszenarien
- bestehende Produktkonzepte hinsichtlich ihrer Schwächen und Stärken analysieren,
- Dimensionen der Erfahrungsqualität erfassen, definieren und im Ansatz entwickeln bzw. simulieren,
- Werkzeuge und Prozesse zur Analyse, Konzeption und Simulation von Interaktionsabläufen mit Methoden des Advanced Researches zu kombinieren und damit Entwicklung und

Modul / Wuselnr:

M7 Experience & Interaction Design

Veranstaltung für: * MA

Lehrende/r Ute Hilgers-Yilmaz

Termin & Info

Start 24.04.2013

Veranst.-Tag Mittwoch

Beginn: 10:00:00

Ende: 12:00:00

Gebäude I 1.16.29 Seminarraum

Nachweise / Credits

Leistungsnachweis

Credits 5

Veranstaltungsankündigung SS 13

Titel der Veranstaltung

Business Management

Thema

Die Absolventinnen und Absolventen kennen

- die Grundlagen unterschiedlicher Management Philosophien und Modelle,
- den Bezug der Berufsrealität zur Entwicklungsrealität im strategischen Innovationsprozess,
- den Einfluss unterschiedlicher Formen auf den Entwicklungsprozess und die Möglichkeiten der Adaption von Strategie- und Innovationsentwicklung.

Sie sind in der Lage,

- Business Management Modelle und Unternehmensformen zu unterscheiden und in ihren Kerngrößen zu definieren,
- Organisationsformen und Abteilungsstrukturen unterschiedlicher Modelle einzuschätzen,
- Geschäftsmodelle und Organisationsstrukturen mit den Instrumenten der Systemtheorie zu analysieren,
- die grundsätzliche wirtschaftliche Mechanik und Besonderheiten unterschiedlicher Unternehmensformen, die mit der Betriebsgröße oder dem wirtschaftlichen Schwerpunkt der Unternehmen zusammenhängen (Produzierende Unternehmen, Dienstleistungen/Banken Versicherungen etc.) einschließlich Kostenermittlung, Margen und Renditebetrachtungen, sogenannten Businesscases bis hin zu Umsatzrenditen, ROI Modellen, Risiken und Chanceneinschätzungen der unterschiedlichen Unternehmensformen zu verstehen,
- Innovationsstrategien, Wettbewerbsstrategien, Globalisierung, Expansionsstrategien und Marktausdehnung anzuwenden und zu integrieren,
- neue (internationale) Märkte und den Zusammenhang mit Produktentwicklung zu erschließen,
- die Rolle der Produktentwicklung in den unterschiedlichen Unternehmensformen einzuschätzen,
- relevante Anknüpfungspunkte für Ihr eigenes Leistungsspektrum

Modul / Wuselnr:

M8 Business Management

Veranstaltung für: * MA

Lehrende/r Daniel Urban

Termin & Info

Start 17.04.2013
Veranst.-Tag Mittwoch
Beginn: 13:00:00
Ende: 15:00:00
Gebäude I 1.16.29 Seminarraum

Nachweise / Credits

Leistungsnachweis
Credits 5

Veranstaltungsankündigung SS 13

Titel der Veranstaltung

Design & Business Strategy

Thema

„fair trade“ als Unternehmensstrategie

In Wuppertal steht das Unternehmen GEPA für „fair trade“, das ergab eine Studie, die wir im WS 2012/13 durchgeführt haben. Ferner gab die Studie Aufschluss darüber, was den Wuppertaler Bürgern beim Einkauf von Lebensmitteln wichtig ist und welche Einstellung sie zu „fair trade“ Produkten haben. In diesem Semester soll nun der Frage nachgegangen werden, welche Bedeutung die Ergebnisse der Studie für das Unternehmen GEPA haben. Zusammen mit einem Experten aus den Wirtschaftswissenschaften sollen Konzepte entwickelt werden, wie die Ergebnisse der Benutzerstudie in die Unternehmens- und die Designstrategie von GEPA integriert werden können. Ziel ist es, die zukünftige Profilierung und Positionierung des Unternehmens auf die Interessen und Wünsche der gegenwärtigen und zukünftigen Konsumentinnen und Konsumenten auszurichten.

Modul / Wuselnr:

M9 Design & Business Strategy

M9 Design & Business Strategy

Veranstaltung für: * MA

Lehrende/r Prof. Dr. Wolf

Termin & Info

Start 23.04.2013

Veranst.-Tag Dienstag

Beginn: 10:00:00

Ende: 12:00:00

Gebäude I 1.16.79 Seminarraum

Nachweise / Credits

Credits 5

Veranstaltungsankündigung SS 13

Titel der Veranstaltung

Nachhaltiges Gestalten

Thema

Nachhaltiges Gestalten jenseits von App und Jutebeutel

Die Anforderungen an modernes Industriedesign ändern sich ständig, seitdem es diese Disziplin gibt. Die Endlichkeit von Ressourcen, der Klimawandel sowie sozioökonomische und soziodemografische Wirkungen im weiten Geflecht von Produzenten und Nutzern rücken näher und können für die Gestaltung einer lebenswerten Umwelt von Gestalterinnen und Gestaltern direkt in ihre Arbeit miteinbezogen werden. Die Wirtschaftlichkeit einer guten Idee wird zukünftig nur ein wichtiger Aspekt sein, an dem gestalterische Arbeit bewertet werden wird. In diesem Seminar diskutieren wir den Begriff Nachhaltigkeit zunächst aus der wissenschaftlichen Perspektive des Wuppertal Instituts und geben Ihnen damit einen fundierten Einblick in den Stand der Forschung sowie der öffentlichen Diskussion. Da Gestaltung direkt in Lebensstile von Konsumenten einwirkt und diese beeinflusst, wird der soziale Einfluss von Produkten ein weiteres Thema sein. Wir werden uns die Frage stellen, wie Produkte zu Dienstleistungen werden können, und welche Kriterien bei nachhaltiger Gestaltung wichtig sind. Die Gestalterin und der Gestalter sollte sich über die Tragweite seiner Entscheidungen bewusst werden und diese auch argumentieren können. Materialauswahl, Herstellungsverfahren, Anwendung und Entsorgung haben Einfluss auf wirtschaftliche, soziale und ökologische Systeme, deren sich nicht jeder bewusst ist.

Das Blockseminar wird von Studierenden der BUW und der Folkwang UdK besucht und ist für Bachelor- und Masterstudenten ausgelegt. Es wird die ersten zwei Tage in der Bergischen Universität Wuppertal stattfinden, Tag drei bis fünf in der Folkwang UdK. Am Samstag, den 14.04., findet noch ein Besuch der Heterotopia statt.

Modul / Wuselnr:

M10 Advanced Design Evaluation
Methods

Veranstaltung für: * MA

Lehrende/r Dr. Christa Liedtke

Termin & Info

Start 08.04.2013
Veranst.-Tag Workshopwoche
Beginn: 10:00:00
Ende: 17:00:00
Gebäude I 1.16.79 Seminarraum

Nachweise / Credits

Credits

Veranstaltungsankündigung SS 13

Titel der Veranstaltung

Innovation Management

Thema

In diesem Modul geht es darum, die im Innovationsentwicklungsmodul erworbenen Kenntnisse zu Methoden und Werkzeugbaukasten mit der Realität eines Unternehmens in Deckungsgleichheit zu bringen,

Dabei stehen folgende Aspekte im Vordergrund:

- Erkennen und Vermeiden von organisatorischen, bzw. typischen psychologischen Innovationshemmnisse zu Moderation von Innovationen von Innen (Unternehmen und Projektebene) nach Aussen (Markt)
- Systematische Integration von Innovationen in den Unternehmens- und in den Marktkontext
- Unterschiedliche Werkzeuge und Methoden des Innovationsmanagements
- Nachhaltige Integration von Innovationen in Struktur und Entscheidungswege des Unternehmens (Integration von Innovation in den Produktentwicklungs-prozess) Risiko- und Projektmanagement im Innovationskontext

Für die Übersetzung innovativer Lösungen in marktfähige Produkte werden Methoden und Tools der qualitativen Marktforschung bzw. Produktbewertung in den letzten Teil des Moduls integriert.

Modul / Wuselnr:

M11 Innovation and Project Management

M11 Innovation and Project Management

Veranstaltung für:* MA

Lehrende/r Prof. Trauernicht

Termin & Info

Start 18.04.2013
Veranst.-Tag Donnerstag
Beginn: 09:00:00
Ende: 10:30:00
Gebäude I 1.16.72 Prof. Trauernicht

Nachweise / Credits

Credits 5

Veranstaltungsankündigung SS 13

Titel der Veranstaltung

Research & Strategy Project 2

Thema

Von Unternehmenswerten zur Designstrategie

Wera ist ein erfolgreiches mittelständisches Unternehmen in der Werkzeugbranche mit Sitz in Wuppertal. Hohe Qualität und Funktionalität der Produkte sind nicht genug um sich langfristig erfolgreich im internationalen Markt zu positionieren. Dazu gehört eine ganzheitliche Designstrategie, die einen prägnanten und konsistenten Unternehmensauftritt gewährleistet. Die Unternehmenswerte und die Unternehmenskultur werden in Handlungen umgesetzt und spiegeln sich visuell in allen Aktivitäten des Unternehmens wider. In dem Projekt werden die Unternehmenswerte sowie die Wahrnehmung der Unternehmenswerte von WERA erfasst und es werden Konzepte für die gestalterische Umsetzung entwickelt. Ziel ist es ein Handbuch zu erarbeiten, das dem Unternehmen WERA in Zukunft als Leitfaden für einen starken und unverkennbaren Markenauftritt dient.

Beginn: Montag, den 15. April 2013
Kick Off bei der Firma WERA

Modul / Wuselnr:

M12 Research & Strategy Project 2

Veranstaltung für: * MA

Lehrende/r Prof. Dr. Wolf

Termin & Info

Start 15.04.2013
Veranst.-Tag Montag
Beginn: 14:00:00
Ende: 17:00:00
Gebäude I 1.16.79 Seminarraum

Nachweise / Credits

Credits