

Dr. Christoph Behnke
SS 2008 Leuphana Universität Lüneburg
61509 - Die Ästhetik der Marke: Corporate Design
 Beginn: 2. April 2008

wöchentlich | Mittwoch | 10:15 - 11:45 | 02.04.2008 - 02.07.2008 | [C 12.10](#)

Studiengang	Gebiet	Modul/Fach	Semester	Bereich	CP	Prüfungsnr.
Angewandte Kulturwissenschaften (Magister/Magistra Artium)	Hauptfach Kunst- und Bildwissenschaften	B2 Kunstgeschichte, Bildwissenschaften, Ästhetik etc.	5 - 9	B2		
Angewandte Kulturwissenschaften (Magister/Magistra Artium)	Nebenfach Kulturvermittlung und Kulturorganisation	Hauptstudium	-	B1	0	

02.04.2008 Vorstellung des Seminarprogramms

09.04.2008 Ästhetisierungsprozesse

Featherstone, Mike (1991): The Aestheticization of Everyday Life. In: *Consumer culture and postmodernism*. London: Sage, 65-82

Welsch, W. (1996) Ästhetisierungsprozesse – Phänomene, Unterscheidungen, Perspektiven. In: *Grenzgänge der Ästhetik*. Stuttgart 1996. S. 9-60

16.04.2008 Marken zwischen Selbstidentität und sozialer Identität

Elliot, Richard & Wattanasuwan, Kritsadarat (1998): Brands as Symbolic Ressources for the Construction of Identity. In: *International Journal of Advertising* 17, 1998, S. 131-144

23.04.2008 Zur Kritik der Kultur der Marken, theoretische Beiträge

Arvidsson Adam 2005: Brands. A critical perspective. In: *Journal of Consumer Culture*. Vol 5(2): 235–258

Arvidsson Adam 2006: *Brands. Meaning and Value in Media Culture*. London and New York

Lury, Celia 2004: *Brands. The Logos of the Global Economy*. London and New York

30.04.2008 Zur Kritik der Kultur der Marken, politische Interventionen

Carducci, Vince 2006: Culture Jamming. A Sociological Perspective. In: *Journal of Consumer Culture* Vol 6(1): 116–138 1469-5405

Holt, Douglas B. 2002. "Why do Brands Cause Trouble? A Dialectical Theory of Consumer Culture and Branding." *Journal of Consumer Research* 29 (June): 70-90.

Lasn, Kalle (1999): *Culture Jam. The Uncooling of America*. New York: HarperCollins

07.05.2008 Brand Communities und Tribal Marketing

Algesheimer, Renè: *Brand Communities. Begriff, Grundmodell und Implikationen*. Dissertation Nr. 2839 der Universität St. Gallen. Bamberg 2004.

Cova Bernard, Véronique Cova 2002: Tribal marketing. The tribalisation of society and its impact on the conduct of marketing. *European Journal of Marketing* Volume 36 Number 5/6 2002 pp. 595-620

Muniz, A. & O'Guinn, T. 2001: Brand Community. In: *Journal of Consumer Research*, 27,4, 412-432

14.05.2008 Organisationsästhetik

Akkermans H.A., I.S. Lammers and M.C.D.P. Weggeman (2004): *All ye need to know? Aesthetics from a design perspective*. Eindhoven Centre for Innovation Studies, The Netherlands. Working Paper 04.08

Gagliardi, R (1996). Exploring the aesthetic side of organizational life. In S. Clegg, C. Hardy and W. Nord (Eds.), *Handbook of organization studies* (pp. 565-580). London: Sage.

Hancock, Philip 2002: Aestheticizing the world of organization: Creating beautiful untrue things. *Tamara: Journal of Critical Postmodern Organization Science*. 2002.

21.05.2008 Intellectual Property und der Kampf der Marken

Coombe Rosemary J. 2003: Commodity Culture, Private Censorship, Branded Environments, and Global Trade Politics: Intellectual Property as a Topic of Law and Society Research. : In Austin Sarat, ed., *Companion Guide to Law and Society* (Basil Blackwell, 2003).

Coombe, Rosemary (1998): *The Cultural Life of Intellectual Property: Authorship, Appropriation, and the Law*. Durham, NC and London. Duke University Press (...)

28.05.2008 Zur Geschichte des Designs

Julier, Guy 2000: *The culture of Design*. London, New Delhi

04.06.2008 Der Auftritt von Nike im „Krieg der Zeichen“

Goldman, R. & Stephen Papson (1996): *Sign Wars. The Cluttered Landscape of Advertising* Guilford. S. 1-82, 141-186

Goldman, Robert & Stephen Papson (1998): *Nike Culture. The Sign of the Swoosh*. SAGE Publications

11.06.2008 Nation Branding

Dinnie, Keith (Hg.) 2008: *Nation Branding: Concepts, Issues, Practice*. Oxford, Burlington

Olins, Wally 1999: DEbate. Deutschland als globale Marke. Econ

18.06.2008 & 25.06.2008 Corporate architecture in Theorie und Praxis

Berg, P., & Kreiner, K. (1990). Corporate architecture: turning physical settings into symbolic resources. In P. Gagliardi (Ed.), *Symbols and artifacts: Views of the corporate landscape* (pp. 41-68). Berlin: de Gruyter.

Bracklow, Anne 2004: *Markenarchitektur in der Konsumwelt. Branding zur Distinktion*. Wiesbaden

Klingmann, Anna 2007: *Brandscapes. Architecture in the Experience Economy*. Cambridge, London

Monin, Nanette & Janet Sayers 2006: Art Rules? Brokering the Aesthetics of City Places and Spaces. In: *Consumption, Markets and Culture, Vol. 9, No. 2, June 2006, pp. 119–127*

Messedat, Jons 2005: Corporate Architecture. Entwicklung, Konzepte, Strategien. Dtsch.-Engl av edition

02.07.2008 Beispiele aus der Welt des Corporate Design

Klassische Corporate Design Beispiele. AEG unter Peter Behrens, Container Corporation of America (CCA), IBM unter Paul Rand, Lufthansa Otl Aicher. Weitere Beispiele recherchieren.