



Prof. Stephan Schupbach

Literaturangaben Seminar:

„Marken- und Produktdesign“

Literaturliste

Literaturliste.

Literaturangaben „Marken- und Produktdesign.“

- Bernhard E. Bürdek, Design: Geschichte, Theorie und Praxis der Produktgestaltung, Basel 2005
- DER OFFENBACHER ANSATZ, Zur Theorie der Produktsprache, Thilo Schwer, Kai Völker (Hg), transcript Verlag, Bielefeld 2021
- Gert Selle, Die Geschichte des Designs in Deutschland von 1870 bis heute, Köln 1978/1998
- HÖHENRAUSCH, Harald Jähner, Rowohlt, Berlin 2022
- Penny Sparke, An Introduction to Design & Culture in the twentieth Century, New York 1986
- Dorothee Müller, Lust am Design, München 1988
- Walter Etschmann, Robert Hahne, Volker Tlusty, Kammerlohr: Kunst im Überblick. Stile – Künstler – Werke, München 2010
- John A. Walker, Designgeschichte - Perspektiven einer wissenschaftlichen Disziplin, München 2005
- Design als Produktsprache –Der »Offenbacher Ansatz« in Theorie und Praxis, Verlag form, Frankfurt / Main 2000, Steffen, Dagmar (hrsg.) mit Beiträgen von B.E. Bürdek, Jochen Gros und Volker Fischer
- Grundlagen einer Theorie der Produktsprache 1-4, Heft 1: Einführung, Jochen Gros (mit ausführlicher Literaturliste). Heft 2: Formalästhetische Funktionen, Dieter Mankau. Heft 3: Anzeichenfunktionen, Richard Fischer, Gerda Mikosch. Heft 4: Symbolfunktionen, Jochen Gros, Hrsg. Hochschule für Gestaltung Offenbach, 1983-86.
- Umberto Eco: Einführung in die Semiotik, 2002
- Wolfgang Fritz Haug, Kritik der Warenästhetik, Frankfurt 1971
- Gert Selle, Ideologie und Utopie des Design, Köln 1973
- Gerhard Heufler: Design Basics: von der Idee zum Produkt
- Rudolf Arnheim, Anschauliches Denken, Köln 1972/1996

Literaturliste.

Literaturangaben „Marken- und Produktdesign.

- Thema Interfacedesign: About Face 3. The Essentials of Interaction Design/ Alan Cooper. – Indianapolis, Indiana: Wiley Publishing, Inc., 2007
- Thema Interfacedesign: CyberBionic. Design und Evolution Digitaler Welten/ Tobias Gremmler. – Unterstein/Heidelberg: Spektrum Akademischer Verlag, 2008
- Thema Interfacedesign: Prototyping Interfaces. Interaktives skizzieren/ Jans Barth. – Mainz: Verlag Hermann Schmidt, 2013
- Thema Interfacedesign: Editors Note zu interact/ Peter Spreenberg (Hrsg.). – Chicago: American Center for Design, Vol. 8, 1994
- Kotler, P.; Armstrong, G.; Harris, L.C.; Piercy, N.: Grundlagen des Marketing. 6. Auflage, Deutschland 2016
- Kotler, P.; Keller, K.; Bliemel, F.: Marketing-Management. Strategien für wertschaffendes Handeln, 12. Auflage, München, 2008
- Burmann, C., Halaszovich, T., Schade, M., Klein, K. & Piehler, R. (2021). Identitätsbasierte Markenführung: Grundlagen - Strategie - Umsetzung - Controlling (4. Aufl.). Lehrbuch. Springer Fachmedien Wiesbaden.
- Burmann, C., Meckel, A., Franz-Rudolph, E. & Markgraf (19. Februar 2018).
- Stephan Schupbach: Wettbewerb der Identitäten, in: Design-Management – Was Produkte wirklich erfolgreich macht, Alex Buck, Matthias Vogt (Hrsg.). Frankfurt am Main: Frankfurter Allgemeine Zeitung. Wiesbaden, Gabler, 1996
- Stephan Schupbach, Human Interface Design, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung, 24. Nov. 1992
- Stephan Schupbach, Jens Hilgenstock, Innovation, Marke und Design, in: Das innovative Unternehmen. Arthur D. Little (Hrsg.) – Wiesbaden: Gabler, 1998

Prof. Stephan Schupbach
Hochschule Frankfurt
Hochschule Aalen
05.02.24,
Folie 4

Bei der vorliegenden Beispielsammlung handelt es sich um ein Dokument von Stephan Schupbach welches ausschließlich für hochschulinterne Lehrveranstaltungen eingesetzt wird, weshalb Abbildungsrechte nicht betroffen werden. Jede Form der Vervielfältigung und Veröffentlichung durch Dritte sind durch den Autor ausdrücklich untersagt.

Stephan Schupbach, Frankfurt am Main