

Evaluation der Gestaltungsrichtlinien der Webauftritte bayerischer Universitäten

Thema:

Evaluation der Gestaltungsrichtlinien der Webauftritte bayerischer Universitäten

Art:

BA

Betreuer:

Christian Wolff

Student:

Miriam Schlindwein

Professor:

Christian Wolff

Status:

abgeschlossen

Stichworte:

CI, corporate identity, web design, Evaluation, CD, corporate design

angelegt:

2018-02-26

Beginn:

2018-02-26

Anmeldung:

2018-02-26

Antrittsvortrag:

2018-04-23

Ende:

2018-04-26

Hintergrund

Corporate Identity ist für alle, sei es ein Unternehmen, Verein, Institution, Stadt oder eben auch für eine Universität unabdingbar. Durch Corporate Identity wird eine gemeinsame Einheit geschaffen, die alle Abteilungen umfasst. Gerade an einer Universität, in der viele unterschiedliche Organisationseinheiten gibt, ist es wichtig, trotzdem eine Zusammengehörigkeit zu schaffen. Ein Mittel dafür ist Corporate Design. Dabei werden Regeln und Empfehlungen gegeben, die festlegen, wie man ein einheitliches Aussehen schaffen kann und trotzdem die Individualität der Einrichtungen erhalten kann. Da an Universitäten der Webauftritt von vielen Personen gestaltet wird, ist die Frage wie klar und eindeutig sind die Gestaltungsrichtlinien und wie konsistent wird das in der Umsetzung eingehalten.

Zielsetzung der Arbeit

In der Arbeit soll die Rolle der Gestaltungsrichtlinien im akademischen Bereich im Webauftritt genauer betrachtet werden. Dafür werden die Gestaltungsrichtlinien von fünf bayerischen Universitäten anhand eines eigenen Evaluationsschemas untersucht und auf die Konsistenz der Umsetzung im

Webauftritt analysiert. Durch einen Vergleich der Universitäten soll die Bedeutung von Gestaltungsrichtlinien für den akademischen Bereich dargestellt werden.

Konkrete Aufgaben

1. Erstellung eines Evaluationsschema
2. Analyse der Gestaltungsrichtlinien
3. Analyse des Webauftritts
4. Vergleich der Universitäten

Erwartete Vorkenntnisse

nach Absprache

Weiterführende Quellen

Birkigt, K., M.M. Stadler, and H.J. Funck, eds. 2002. Corporate Identity: Grundlagen, Funktionen, Fallbeispiele. 11 ed, Redline Wirtschaft. München: Verlag Moderne Industrie.

Daldrop, Norbert W., ed. 1997. Kompendium Corporate Identity und Corporate Design. Stuttgart:avedition.

Kroehl, Heinz. 2000. Corporate Identity als Erfolgskonzept im 21. Jahrhundert. München: Verlag Franz Vahlen.

Paulmann, Robert. 2005. double loop. Basiswissen Corporate Identity. Mainz: Verlag Hermann Schmidt.

From:
<https://wiki.mi.ur.de/> - MI Wiki

Permanent link:
https://wiki.mi.ur.de/arbeiten/evaluation_der_gestaltungsrichtlinien_der_webauftritte_bayerischer_universitaeten?rev=1533293176

Last update: **03.08.2018 10:46**

