

**Prüfungsordnung  
(Studiengangsspezifische Bestimmungen)  
für den Master-Studiengang  
»Kommunikationsdesign« (KD)  
an der Fachhochschule Düsseldorf**

**Vom 06.03.2008**

Aufgrund des § 2 Absatz 4 und des § 64 Absatz 1 des Gesetzes über die Hochschulen des Landes Nordrhein-Westfalen (Hochschulgesetz HG) vom 31. Oktober 2006 (GV.NRW S. 474), zuletzt geändert durch Gesetz vom 20. Dezember 2007 (GV.NRW. S. 750), hat die Fachhochschule Düsseldorf die folgende Prüfungsordnung als Satzung erlassen. Diese Ordnung gilt nur in Verbindung mit der Rahmenprüfungsordnung (RPO) des Fachbereichs Design der Fachhochschule Düsseldorf.

## **Inhaltsverzeichnis**

- § 1 Geltungsbereich
- § 2 Ziele des Studiums
- § 3 Mastergrad
- § 4 Studienbeginn
- § 5 Weitere Studienvoraussetzungen
- § 6 Regelstudienzeit und Studiumumfang
- § 7 Umfang und Art der Masterprüfung
- § 8 Umfang und Art der Master-Thesis
- § 9 Prüfungen in Modulen
- § 10 Prüfungsformen
- § 11 Lehrveranstaltungsformen
- § 12 Berechnung der Gesamtnote
- § 13 In-Kraft-Treten

Anlage 1: Modulübersicht

Anlage 2: Studienverlaufsplan (Exemplarisch für verschiedene Gestaltungsfelder)

Anlage 3: Modulhandbuch

### **§ 1**

#### **Geltungsbereich**

Diese studiengangsspezifische Prüfungsordnung gilt für das Studium im Master-Studiengang „Kommunikationsdesign“ des Fachbereichs Design der Fachhochschule Düsseldorf.

## **§ 2 Ziele des Studiums**

- (1) Das Studium ist ein prozess- und wissensorientiertes Studium, das die Studierenden in einem künstlerisch-gestalterischen und in einem wissenschaftlichen Sinne an Forschungs- und Produktionsfragen heranführt: Im Mittelpunkt des Studiums steht die Entwicklung von und die Arbeit an komplexen Gestaltungssystemen und übergreifenden Konzepten auf der Basis wissenschaftlicher und theoretischer Erkenntnisse. Fragen konkreter Formentwicklung und der Realisierung von Gestaltungskonzepten werden in diese Orientierung mit eingebunden. Designforschung und künstlerische Entwicklungsprojekte sind integraler Bestandteil der Lehre in den Master-Studiengängen. Die Struktur des Düsseldorfer Masterstudiums bietet vor dem Hintergrund eines breit gefächerten Studienangebotes für die Studierenden die einmalige Chance, sowohl unterschiedliche individuelle Schwerpunkte zu setzen, als auch sich zu einem „Spezialisten des Generellen“ zu qualifizieren.
- (2) Auf einer breit angelegten Grundlage gestalterischer Techniken, Methoden und Medien kennt und beherrscht die Absolventin bzw. der Absolvent die für eine selbständige leitende Tätigkeit in den Berufsfeldern des Kommunikationsdesign notwendigen theoretischen und gestalterischen Fachkenntnisse und Methodenkompetenzen. Sie oder er besitzt die Fähigkeit, die erworbenen Kenntnisse und Kompetenzen für die ganzheitliche sowie umfassende Planung und Konzeptionierung komplexer Gestaltungsprozesse anzuwenden. Sie oder er hat die Fähigkeit, interdisziplinären Arbeitsanforderungen sowohl auf der Grundlage einer fundierten und wissenschaftlich basierten Methodenkompetenz fachlich gerecht zu werden als auch diese in Gruppen methodisch geleitet zu entwickeln. Die Absolventin bzw. der Absolvent kann vor dem Hintergrund eines kritischen, historisch geschulten sowie ästhetischen Urteilsvermögen sowohl wissenschaftlich fundierte Entscheidungen im Rahmen designspezifischer Gestaltungsprozesse treffen als auch fachlich begründete Positionen in wissenschaftlichen Diskursen bzw. Fragestellungen einnehmen und vertreten. Sie oder er hat darüber hinaus grundlegende Kompetenzen in Fragen der Designforschung erworben. Durch die Teilnahme an einem studienbegleitenden Mentoring hat die Absolventin bzw. der Absolvent solche Sozial- und Selbstkompetenzen erworben, die sie oder ihn dazu befähigen, leitend in Teams zu arbeiten sowie die Arbeitsergebnisse gegenüber Dritten zu verantworten.

## **§ 3 Mastergrad**

Aufgrund der bestandenen Masterprüfung verleiht die Fachhochschule Düsseldorf den akademischen Grad „Master of Arts“, abgekürzt „M.A.“.

## **§ 4 Studienbeginn**

Das Studium beginnt jeweils zum Wintersemester.

## **§ 5 Weitere Studienvoraussetzungen**

- (1) Weitere Studienvoraussetzungen im Sinne von § 3 Abs. 3 RPO des Fachbereichs Design sind:
  1. ein Bachelor- oder Diplom-Abschluss in einschlägigen Design-Studiengängen,
  2. die Feststellung der studiengangbezogenen künstlerisch-gestalterischen Eignung.
- (2) Das Verfahren zur Feststellung der studiengangbezogenen künstlerisch-gestalterischen Eignung erfolgt einmal jährlich im Sommersemester. Einzelheiten zum Verfahren regelt die Ordnung zur Feststellung der studiengangbezogenen künstlerisch-gestalterischen Eignung für die

## § 6

### Regelstudienzeit und Studiumumfang

- (1) Die Regelstudienzeit beträgt einschließlich der Master-Thesis vier Semester.
- (2) Der Gesamtstudiumumfang beträgt zwischen 76 und 78 SWS.
- (3) Für das gesamte Studium werden insgesamt 120 CP (Creditpunkte) vergeben. Davon entfallen 48 CP auf die Projektmodule, 18 CP auf die Wissensmodule, 4 CP auf das Mentoringmodul, 30 CP auf frei wählbare Module und 20 CP auf die Master-Thesis.

## § 7

### Umfang und Art der Masterprüfung

- (1) Die Masterprüfung besteht aus

1. einem Pflichtbereich

09.01 Mentoring mit je 1 CP pro Modul 4 CP

2. einem Wahlpflichtbereich im Umfang von 84 CP mit Modulprüfungen in den nachfolgend aufgeführten Modulgruppen:

- 2.1 „Projektmodule“:

Vier Module (Wahlpflicht 1) aus 48 CP

- 06.01 Corporate Design
- 06.02 Interaction Design
- 06.03 Audiovisuelle Kommunikation
- 06.04 Bildgestaltung
- 06.05 Dreidimensionale Kommunikation 1
- 06.06 Dreidimensionale Kommunikation 2
- 06.07 Editorial Design
- 06.08 Buch und Verlag
- 06.09 Strategien und Praxis der Werbung
- 06.10 Gestaltungslabor

Ein Modul kann maximal dreimal belegt werden. Die Module 06.06 bis 06.11 sind mit zwei unterschiedlichen Lehrveranstaltungen abgeschlossen.

- 2.2 „Wissensmodule“:

Drei unterschiedliche Module (Wahlpflicht 2), wobei eines davon 08.01 oder 08.02 sein muss, aus 18 CP

- 08.01 Kunstwissenschaften
- 08.02 Medienwissenschaften
- 08.03 Cultural Studies
- 08.04 Kommunikationswissenschaften

Das Modul 08.04 ist mit drei Lehrveranstaltungen abgeschlossen.

- 2.3 „Freie Wahl“:

Freie Wahl von Modulen im Umfang von 30 CP  
aus allen Modulen des Master-Studienganges. Die Module 06.01 bis 06.11 können allerdings im gesamten Studienverlauf nur insgesamt drei Mal belegt werden.

3. der Master-Thesis im Umfang von 20 CP

## **§ 8**

### **Umfang und Art der Master-Thesis**

- (1) Die Master-Thesis besteht aus zwei Teilen:
  - a. einem abschließenden, eigenständigen, gestalterischen und/oder wissenschaftlichen Projekt, das sich thematisch aus den Schwerpunktsetzungen im Studium herleitet,
  - b. einer Präsentation mit Kolloquium von 40 min. Dauer der unter a. genannten Arbeit.
- (2) Die Präsentation mit Kolloquium in Abs. 1 Punkt b. findet gemäß § 10a durch die an der Master-Thesis beteiligten Prüferinnen oder Prüfer statt und hat in der Regel eine Dauer von 40 Minuten.
- (3) Die Master-Thesis wird gemäß § 17 Abs. 3 bis 5 RPO des Fachbereichs Design benotet. Die Note der Master-Thesis errechnet sich aus dem Mittelwert der gewichteten Noten aus den in Abs. 1 aufgeführten Teilen a. und b. Hierzu wird Teil a. mit dem Faktor zwei und Teil b. mit dem Faktor eins gewichtet.

## **§ 9**

### **Prüfung in den Modulen**

- (1) Die Modulabschlussprüfungen gemäß § 15 Abs. 1 Punkt a.) RPO bestehen aus mehreren Teilen bezogen auf jede einzelne Lehrveranstaltung.
- (2) Die Modulnote errechnet sich mit Ausnahme derjenigen für die Master-Thesis als arithmetisches Mittel der einzelnen Teilprüfungen der Modulabschlussprüfung.
- (3) In einem Modul können Teilprüfungen, die mit „nicht ausreichend“ (5,0) bewertet worden sind, maximal zwei Mal wiederholt werden. Ist der zweite Wiederholungsversuch nicht bestanden, gilt die Modulabschlussprüfung als endgültig nicht bestanden. Fehlversuche in demselben oder einem vergleichbaren Modul oder Teil eines Moduls an anderen Hochschulen im Geltungsbereich des Grundgesetzes werden angerechnet.
- (4) Eine endgültig nicht bestandene Modulabschlussprüfung in den Modulgruppen „Projektmodule“ und „Wissensmodule“ kann einmal durch eine bestandene Modulabschlussprüfung in einem anderen Wahlpflichtmodul der gleichen Modulgruppe kompensiert werden. Sollte auch diese Modulabschlussprüfung endgültig nicht bestanden werden, wird die Kandidatin oder der Kandidat gemäß § 51 Abs. 1 Punkt c) HG NW exmatrikuliert.
- (5) Die erfolgreich abgeschlossenen Prüfungsleistungen in den Mentoringmodulen (§ 11e) werden mit dem Ergebnis „bestanden“ bewertet. Eine Benotung erfolgt nicht.

## **§ 10**

### **Prüfungsformen**

- (1) In den Projektmodulen besteht die Prüfung aus einer Präsentation der Projektarbeit mit Kolloquium (§ 10a).
- (2) In den Wissensmodulen besteht die Prüfung wahlweise aus einem Referat (§ 10b), einer Hausarbeit (§10c) einer Klausur (§10d) oder einem Kolloquium (§10e).
- (3) In den Mentoringmodulen besteht die Prüfung aus einem Gruppenkolloquium.

## **§ 10a**

### **Präsentation mit Kolloquium**

- (1) Bei einer Präsentation mit Kolloquium bezieht sich die Präsentation auf die Aufbereitung, Darstellung und Interpretation der Projektarbeit. Das dazugehörige Kolloquium bezieht sich als

prüfendes Fachgespräch auf die Projektarbeit selber, sowie auf die Art und Weise ihrer Interpretation. Die Dauer einer Präsentation mit Kolloquium beträgt in der Regel 20 Minuten.

- (2) Das Ergebnis der Präsentation mit Kolloquium wird von der Prüferin oder dem Prüfer spätestens zum Ende des Semesters bekannt gegeben.

#### **§ 10b Referate**

- (1) Ein Referat ist die mündlich und/oder mit geeigneten medialen Mitteln vorgetragene Aufarbeitung eines bestimmten Themas. Die Studierenden weisen mit einem Referat ihre Kenntnisse über ein bestimmtes Thema nach.
- (2) Das Ergebnis des Referates wird von der Prüferin oder dem Prüfer am Ende des Referats bzw. der Lehrveranstaltung, in der das Referat gehalten wurde, bekannt gegeben.

#### **§ 10c Hausarbeiten**

- (1) Eine Hausarbeit ist die verschriftlichte oder in eine andere mediale Fassung gebrachte umfangreiche und vertiefte Aufarbeitung eines bestimmten Themas. Die Studierenden weisen mit einer Hausarbeit vertiefte Kenntnisse über ein bestimmtes Thema nach.
- (2) Das Ergebnis der Hausarbeit wird von der Prüferin oder dem Prüfer spätestens zum Ende des Semesters bekannt gegeben.

#### **§ 10d Klausuren**

- (1) In Klausuren soll die Kandidatin oder der Kandidat nachweisen, dass sie oder er in schriftlicher Form und begrenzter Zeit und nur mit den zugelassenen Hilfsmitteln die in den jeweiligen modulzugehörigen Lehrveranstaltungen geforderten Kompetenzen aus dem jeweiligen Prüfungsgebiet beherrscht.
- (2) Klausurarbeiten finden unter Aufsicht statt. Über die Zulassung von Hilfsmitteln entscheidet die Prüferin oder der Prüfer. Die Dauer der Klausurarbeiten beträgt in der Regel zwei Zeitstunden.
- (3) Die Ergebnisse der Klausurarbeiten werden spätestens zum Ende des Semesters bekannt gegeben. Die Bekanntgabe durch anonymisierten Aushang reicht aus.

#### **§ 10e Kolloquien**

- (1) In Kolloquien soll festgestellt werden, ob die Kandidatin oder der Kandidat im Rahmen eines Fachgesprächs die in den jeweiligen modulzugehörigen Lehrveranstaltungen geforderten Kompetenzen beherrscht.
- (2) Kolloquien werden als Einzelprüfungen oder als Gruppenprüfungen vor einer oder einem Prüfenden in Gegenwart einer oder eines sachkundigen Beisitzenden gemäß § 8 Abs. 2 RPO des Fachbereichs Design durchgeführt, die oder der das Protokoll führt. Die Dauer des Kolloquiums als Einzelprüfung beträgt in der Regel 15 Minuten; bei einer Gruppenprüfung verlängert sich die Dauer entsprechend.
- (3) Die wesentlichen Gegenstände und die Bewertung des Kolloquiums sind in einem Protokoll festzuhalten, das von der Prüferin oder dem Prüfer zu unterschreiben ist. Die Bewertung ist der Kandidatin oder dem Kandidaten jeweils im Anschluss an das Kolloquium bekannt zu geben.

## **§ 11**

### **Lehrveranstaltungsformen**

Lehrveranstaltungsformen sind „Seminaristischer Unterricht“ (§11a), „Gestalterisches Lehrforschungsprojekt“ (§ 11b), „Master-Seminar“ (§11c) und „Mentoring“ (§ 11d).

## **§ 11a**

### **Seminaristischer Unterricht (SU)**

„Seminaristischer Unterricht“ sind mittelgroße Frontal-Lehrveranstaltungen die Elemente der Unterrichtsform „Seminar“ und Elemente der Lehrform „Übung“ enthalten. Charakteristisch für die Lehrform „Übung“ ist, dass sie einen begrenzten Teilnehmerkreis haben und die oder der Lehrende der überwiegend aktive Part in der LV ist. Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer sind in einem begrenzten Umfang beteiligt. Eine dialogische Führung der Lehrveranstaltung ist erwünscht und in begrenztem Rahmen möglich.

## **§ 11b**

### **Gestalterisches Lehrforschungsprojekt (GL)**

Das „Gestalterische Lehrforschungsprojekt“ ist eine ganzheitliche, integrative Lernform mit einem Höchstmaß an didaktischer Offenheit, die gestaltungsmethodisch orientiert ist und in der die Teilnehmerinnen und Teilnehmer einen sehr hohen Anteil aktiver Gestaltung übernehmen. Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer gestalten aktiv, entwickeln, managen, steuern und präsentieren Lösungen zu Projektthemen oder referieren analysierend über eigene oder fremde Arbeiten. Die oder der Lehrende leitet, steuert und moderiert die interdisziplinären, forschungsorientierten Aspekte und steuert die Zusammenarbeit mit Kooperationspartnern. Sie oder er bespricht und korrigiert die Arbeiten während des Arbeitsprozesses in Gruppen und in dialogischer Evaluation. In den „Gestalterischen Lehrforschungsprojekten“ entwickelt sich eine intensive Interaktion zwischen den Lehrenden und den Teilnehmerinnen und Teilnehmern. Sie beinhalten künstlerische Gruppenarbeiten, Einzelkorrekturen und Einzelgespräche. Veranstaltungen mit einer temporären zeitlichen Straffung zu Studios und workshopartigen Veranstaltungen, kurzfristige Exkursionen, Museumsbesuche und field-studies/field-research können in curricular nicht vorstrukturierter Form Bestandteil dieser Lehrveranstaltungsform sein.

## **§ 11c**

### **Master-Seminar (MS)**

„Seminare“ sind Lehrveranstaltung mit einem signifikanten, aber unterschiedlich aktiven Anteil der Teilnehmerinnen und Teilnehmer. Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer übernehmen einen Anteil an der aktiven Gestaltung der Lehrveranstaltung. Die oder der Lehrende leitet, steuert, verteilt und korrigiert Aufgaben. Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer präsentieren Lösungen zu Aufgaben oder referieren über eigene oder fremde Arbeiten. Im Seminar kommt es zu unterschiedlich intensiven Interaktionen zwischen Dozentin oder Dozent sowie Teilnehmerinnen und Teilnehmern.

## **§ 11d**

### **Mentoring**

Im Mentoring übernehmen die Teilnehmerinnen und Teilnehmer einen deutlichen Anteil aktiver Gestaltung. Sie gestalten den Dialog mit den übrigen Teilnehmerinnen und Teilnehmer über ihre eigenen Arbeiten und ihre Studiensituation. Die oder der Lehrende leitet, steuert und verteilt Hinweise und Aufgaben. Sie oder er führt Gruppen- und Einzelgespräche und entwickelt eine intensive Interaktion zwischen sich und den Teilnehmerinnen und Teilnehmern. Dies beinhaltet die Vermittlung von Kompetenzen zur Selbstorganisation und Teamorganisation, allgemein persönlich-

keitsbildende Aspekte, Studienlaufbahnberatung sowie die Beratung an der Schnittstelle von Studium und Beruf.

## § 12

### Berechnung der Gesamtnote

- (1) Die Gesamtnote errechnet sich gemäß § 17 Abs. 4 und 5 RPO des Fachbereichs Design aus dem arithmetischen Mittel der Modulgesamtnote und der Note für die Master-Thesis.
- (2) Die Modulgesamtnote errechnet sich durch das arithmetische Mittel der Modulnoten gemäß § 17 Abs. 4 und 5 RPO des Fachbereichs Design.

## § 13

### In-Kraft-Treten

- (3) Diese Prüfungsordnung für den Master-Studiengang gemäß § 1 des Fachbereichs Design an der Fachhochschule Düsseldorf tritt am 01.09.2008 in Kraft.
- (4) Diese Prüfungsordnung wird im Verkündungsblatt der Fachhochschule Düsseldorf veröffentlicht.

---

Ausgefertigt auf Grund des Beschlusses des Fachbereichsrates des Fachbereichs Design vom 16.01.2008 sowie der Feststellung der Rechtmäßigkeit durch das Rektorat am 29.01.2008



Düsseldorf, den 06.03.2008

Der Rektor  
der Fachhochschule Düsseldorf  
Professor Dr. phil. Hans-Joachim Krause

Modulübersichten



# Modulübersicht

Master-Studiengang Kommunikationsdesign (120 CP | Projektmodule mindestens 48 CP + 30 CP frei wählbar aus allen Modulen des Master-Studiengangs Kommunikationsdesign)

MODULKATEGORIE	MODUL	LEHRVERANSTALTUNG	LEHRENDE	LEHRFORM	SWS	CP	WAHLMODUS	EXPORT- UND IMPORTLEISTUNG
06 Projektmodul	WP 06.01 <b>Corporate Design</b> 12 CP	06.01.01 Visuelle Identität 06.01.02 Unternehmenskommunikation	N.N. (Nachfolge Hagenberg) Prof. Gorny	1A 1A	4 4	4 WP 4 WP	6 6	Es müssen mindestens vier Module gewählt werden.
06 Projektmodul	WP 06.02 <b>Interaction Design</b> 12 CP	06.02.01 Hypermedia 06.02.02 Interaktive Systeme / Systemdesign	N.N. (Hypermedia) Prof. Dr. Asmus	1A 1A	4 4	4 WP 4 WP	6 6	
06 Projektmodul	WP 06.03 <b>Audiovisuelle Kommunikation</b> 12 CP	06.03.01 Audiovisuelles Design 06.03.02 Digitale Illustration und zeitbasierte Medien	Prof. Dr. Funke Prof. Dr. Nachtwey	1A 1A	4 4	4 WP 4 WP	6 6	
06 Projektmodul	WP 06.04 <b>Bildgestaltung</b> 12 CP	06.04.01 Fotografie und Licht im Kontext 06.04.02 Illustration	Prof. Vormwald Prof. Rungenhagen	1A 1A	4 4	4 WP 4 WP	6 6	
06 Projektmodul	WP 06.05 <b>Dreidimens. Kommunikation 1</b> 12 CP	06.05.01 Produktkommunikation 06.05.02 Informationssysteme / Orientierungssysteme	N.N. (Nachfolge Prof. Hess) Prof. Uebele	1A 1A	4 4	4 WP 4 WP	6 6	
06 Projektmodul	WP 06.06 <b>Dreidimens. Kommunikation 2</b> 12 CP	06.06.01 Ausstellung / Messe / Veranstaltung 06.06.02 Raum und Interior	Prof. Teufel Prof. Gleen + N.N.	2A 1A	4 4	4 WP 4 WP	6 6	Export Prof. Teufel 4 SWS an FB Architektur
06 Projektmodul	WP 06.07 <b>Editorial Design</b> 12 CP	06.07.01 Redaktion und Edition 06.07.02 Magazin / Zeitung / Zeitschrift	Prof. Reinhardt Prof. Henß	1A 1A	4 4	4 WP 4 WP	6 6	mind. 48 CP 32 SWS
06 Projektmodul	WP 06.08 <b>Buch und Verlag</b> 12 CP	06.08.01 Buchgestaltung und Verlagskommunikation 06.08.02 Buchherstellung und Verlagsorganisation	Prof. Malsy Kupferschmid	1A 1A	4 4	4 WP 4 WP	6 6	
06 Projektmodul	WP 06.09 <b>Strategien und Praxis der Werbung</b> 12 CP	06.09.01 Kommerzielle und institutionelle Kommunikation 06.09.02 Soziale und kulturelle Kommunikation 06.09.03 Integrierte Kommunikation	N.N. (Nachfolge Prof. Seiffert) Prof. Korfmacher Prof. Dr. Zimmermann	1A 1A 1A	4 4 4	4 WP 4 WP 4 WP	6 6 6	
06 Projektmodul	WP 06.10 <b>Gestaltungslabor</b> 6 CP	06.10.01 Experimentelle Bild-Raum Konzepte 06.10.02 Künstlerische Konzepte 06.10.03 Körperraum und Raumkörper 06.10.04 Experimentelle Illustration	AAD 07.01.01 AAD 07.01.02 AAD 07.01.03 AAD 07.01.04	Prof. van der Laaken Prof. Caturelli Prof. Lüdke Prof. Fuchs	4 4 4 4	4 WP 4 WP 4 WP 4 WP	3 3 3 3	Das Modul 06.10 kann dreimal gewählt werden. Es ist nach zwei verschiedenen Lehrveranstaltungen abgeschlossen.

Freie Wahl von Modulen im Umfang von 30 CP aus allen Modulen des Master-Studiengangs Kommunikationsdesign

# Modulübersicht

Master-Studiengang Kommunikationsdesign (120 CP | Wissensmodule mindestens 18 CP, Mentoringmodul 4 CP, Master Thesis 20 CP)

MODULKATEGORIE	MODUL	LEHRVERANSTALTUNG	LEHRENDE	LEHRFORM	SWS	CP	WAHLMODUS	EXPORT- UND IMPORTLEISTUNG
08 Wissensmodul	WP 08.01 Kunstwissenschaften 6 CP	08.01.01 Kunsttheorie und Ästhetik 08.01.02 Kunstgeschichte / Theorie der Angewandten Kunst	Prof. Dr. Pfeifer Prof. Dr. Pfeifer	1A 1A	3 3	3 WP 3	3 3	Es müssen mindestens drei verschiedene Module gewählt werden. Eines dieser Module muss die Code-Nr. 08.01 oder 08.02 haben. Das Modul 08.04 ist mit drei Lehrveranstaltungen abgeschlossen.  mind. 18 CP 18 SWS
08 Wissensmodul	WP 08.02 Medienwissenschaften 6 CP	08.02.01 Medientheorie 08.02.02 Philosophie und Medien	Prof. Dr. Fuder Prof. Dr. Fuder	1A 1A	3 3	3 WP 3 WP	3 3	
08 Wissensmodul	WP 08.03 Cultural Studies 6 CP	08.03.01 Gender-Media-Design 08.03.02 Design Culture / Material Culture	Prof. Dr. Doderer N.N.	2A 1A	3 3	3 WP 3 WP	3 3	
08 Wissensmodul	WP 08.04 Kommunikationswissenschaften 6 CP	08.04.01 Creative Industries 08.04.02 Strategien der Kommunikation	Prof. Gorny Prof. Dr. Zimmermann	1A 1A	2 2	2 WP 2 WP	2 2	
Freie Wahl von Modulen im Umfang von 30 CP aus allen Modulen des Master-Studiengangs Kommunikationsdesign								insges. 30 CP 22 bis 24 SWS
09 Mentoringmodul	P 09 Mentoring 1 CP	09.01.01 Coaching / Softskills / Betreuung der Master Thesis	alle hauptamtlich Prüfungsberechtigten		1	1 P	1	Pflichtmodul 4 CP 4 SWS
	Master Thesis 20 CP						20	Die Thesearbeit kann einmal wiederholt werden. 20 CP

Exemplarische Studienverlaufspläne  
Masterstudiengang Kommunikationsdesign



# Studienverlaufsplan

Master-Studiengang Kommunikationsdesign »Gestaltungsfeld: Bild / Zeit / Raum« (120 CP | Wissensmodule mindestens 18 CP, Mentoringmodul 4 CP, Master-Thesis 20 CP)

WISSENSMODULE	LEHRVERANSTALTUNG	1. Semester	2. Semester	3. Semester	4. Semester	WAHLMODUS
		KGG GTG SU GS BS MS Ü GL CP	KGG GTG SU GS BS MS Ü GL CP	KGG GTG SU GS BS MS Ü GL CP	KGG GTG SU GS BS MS Ü GL CP	
08.01 Kunstwissenschaften WP 6 SWS 6 CP	08.01.01 Kunsttheorie und Ästhetik WP 08.01.02 Kunstgeschichte/Theorie der Angewandten Kunst WP			3 3	3 3	Es müssen mindestens drei unterschiedliche Module gewählt werden. Eines dieser Module muss die Code-Nr. 08.01 oder 08.02 haben. Doppelbelegungen sind möglich.  mindestens 18 CP  Das Modul ist mit drei Lehrveranstaltungen abgeschlossen.
08.02 Medienwissenschaften WP 6 SWS 6 CP	08.02.01 Medientheorie WP 08.02.02 Philosophie und Medien WP	3 3	3 3			
08.03 Cultural Studies WP 6 SWS 6 CP	08.03.01 Gender-Media-Design WP 08.03.02 Design Culture/Material Culture WP					
08.04 Kommunikationswissenschaften WP 6 SWS 6 CP	08.04.01 Creative Industries WP 08.04.02 Strategien der Kommunikation WP	2 2	2 2	2 2		
<b>Freie Wahl von Modulen im Umfang von 30 CP aus allen Modulen des Master-Studiengangs</b>						Freie Wahl aus allen Modulen 30 CP
09.01 Mentoring P 4 SWS 4 CP	09.01.01 Coaching/Softskills/Betreuung Master Thesis P	1	1	1	1	4 CP
Master Thesis 20 CP					20	20 CP
<b>CP je Semester</b>		30	30	30	30	120 CP

# Studienverlaufsplan

Master-Studiengang Kommunikationsdesign »Gestaltungsfeld: Raum / Schrift / Bild« (120 CP | Projektmodule mindestens 48 CP + 30 CP frei wählbar aus allen Modulen des Master-Studiengangs)

PROJEKTMODULE	LEHRVERANSTALTUNG	1. Semester		2. Semester		3. Semester		4. Semester		WAHLMODUS											
		KGG	GTG	SU	GS	BS	MS	Ü	GL	CP	KGG	GTG	SU	GS	BS	MS	Ü	GL	CP	Summe CP	
06.01 Corporate Design <b>WP</b> 4 SWS 12 CP	06.09.01 Visuelle Identität 06.09.02 Unternehmenskommunikation WP WP																			Es müssen mindestens vier Module gewählt werden. Ein Modul kann maximal dreimal belegt werden.	
06.02 Interaction Design <b>WP</b> 4 SWS 12 CP	06.02.01 Hypermedia 06.02.02 Interaktive Systeme/Systemdesign WP WP																				
06.03 Audiovisuelle Kommunikation <b>WP</b> 4 SWS 12 CP	06.03.01 Audiovisuelles Design 06.03.02 Digitale Illustration und Animation WP WP																				
06.04 Bildgestaltung <b>WP</b> 4 SWS 12 CP	06.04.01 Fotografie und Licht im Kontext 06.04.02 Illustration WP WP																				
06.05 Dreidimens. Kommunikation 1 <b>WP</b> 4 SWS 12 CP	06.05.01 Produktkommunikation 06.05.02 Informationssysteme/Orientierungssysteme WP WP																				
06.06 Dreidimens. Kommunikation 2 <b>WP</b> 4 SWS 12 CP	06.06.01 Ausstellung/Messe/Veranstaltung 06.06.02 Raum und Interior WP WP																				
06.07 Editorial Design <b>WP</b> 4 SWS 12 CP	06.07.01 Redaktion und Edition 06.07.02 Magazin/Zeitung/Zeitschrift WP WP																				
06.08 Buch und Verlag <b>WP</b> 4 SWS 12 CP	06.08.01 Buchgestaltung und Verlagskommunikation 06.09.02 Buchherstellung und Verlagsorganisation WP WP																				
06.09 Strategie und Praxis der Werbung <b>WP</b> 4 SWS 12 CP	06.09.01 Kommerzielle und institutionelle Kommunikation 06.09.02 Soziale und kulturelle Kommunikation 06.09.03 Integrierte Kommunikation WP WP WP																				
06.10 Gestaltungslabor <b>WP</b> 4 SWS 6 CP	06.10.01 Experimentelle Bild-Raum Konzepte 06.10.02 Künstlerische Konzepte 06.10.03 Körperraum und Raumkörper 06.10.04 Experimentelle Illustration WP WP WP WP																				

Freie Wahl von Modulen im Umfang von 30 CP aus allen Modulen des Master-Studiengangs

mindestens 48 CP

Das Modul 06.09 ist mit zwei verschiedenen Lehrveranstaltungen abgeschlossen.

Das Modul kann dreimal gewählt werden. Es ist nach zwei unterschiedlichen Lehrveranstaltungen abgeschlossen.

# Studienverlaufsplan

## Master-Studiengang Kommunikationsdesign: »Gestaltungsfeld: Raum / Schrift / Bild« (120 CP | Wissensmodule mindestens 18 CP, Mentoringmodul 4 CP, Master-Thesis 20 CP)

WISSENSMODULE	LEHRVERANSTALTUNG	1. Semester	2. Semester	3. Semester	4. Semester	WAHLMODUS
		KGG GTG SU GS BS MS Ü GL CP	KGG GTG SU GS BS MS Ü GL CP	KGG GTG SU GS BS MS Ü GL CP	KGG GTG SU GS BS MS Ü GL CP	
08.01 Kunstwissenschaften <b>WP</b> 6 SWS 6 CP	08.01.01 Kunsttheorie und Ästhetik WP 08.01.02 Kunstgeschichte/Theorie der Angewandten Kunst WP					Es müssen mindestens drei unterschiedliche Module gewählt werden. Eines dieser Module muss die Code-Nr. 08.01 oder 08.02 haben. Doppelbelegungen sind möglich.  mindestens 18 CP
08.02 Medienwissenschaften <b>WP</b> 6 SWS 6 CP	08.02.01 Medientheorie WP 08.02.02 Philosophie und Medien WP	3 3	3 3		3 3 3 3	
08.03 Cultural Studies <b>WP</b> 6 SWS 6 CP	08.03.01 Gender-Media-Design WP 08.03.02 Design Culture/Material Culture WP			3 3	3 3	
08.04 Kommunikationswissenschaften <b>WP</b> 6 SWS 6 CP	08.04.01 Creative Industries WP 08.04.02 Strategien der Kommunikation WP	2 2	2 2	2 2		
<b>Freie Wahl von Modulen im Umfang von 30 CP aus allen Modulen des Master-Studiengangs</b>						Freie Wahl aus allen Modulen 30 CP
09.01 Mentoring <b>P</b> 4 SWS 4 CP	09.01.01 Coaching/Softskills/Betreuung Master Thesis P	1	1	1	1	4 CP
Master Thesis					20	20 CP
<b>CP je Semester</b>		30	30	30	30	120 CP

# Studienverlaufsplan

Master-Studiengang Kommunikationsdesign »Gestaltungsfeld: Schrift / Wort / Bild« (120 CP | Projektmodule mindestens 48 CP + 30 CP frei wählbar aus allen Modulen des Master-Studiengangs)

PROJEKTMODULE	LEHRVERANSTALTUNG	Semester				WAHLMODUS
		1. Semester KGG GTG SU GS BS MS Ü GL CP	2. Semester KGG GTG SU GS BS MS Ü GL CP	3. Semester KGG GTG SU GS BS MS Ü GL CP	4. Semester KGG GTG SU GS BS MS Ü GL CP	
06.01 Corporate Design WP 4 SWS 12 CP	06.09.01 Visuelle Identität 06.09.02 Unternehmenskommunikation WP WP					Es müssen mindestens vier Module gewählt werden. Ein Modul kann maximal dreimal belegt werden.
06.02 Interaction Design WP 4 SWS 12 CP	06.02.01 Hypermedia 06.02.02 Interaktive Systeme/Systemdesign WP WP					
06.03 Audiovisuelle Kommunikation WP 4 SWS 12 CP	06.03.01 Audiovisuelles Design 06.03.02 Digitale Illustration und Animation WP WP					
06.04 Bildgestaltung WP 4 SWS 12 CP	06.04.01 Fotografie und Licht im Kontext 06.04.02 Illustration WP WP		4 6 4 6			
06.05 Dreidimens. Kommunikation 1 WP 4 SWS 12 CP	06.05.01 Produktkommunikation 06.05.02 Informationssysteme/Orientierungssysteme WP WP					
06.06 Dreidimens. Kommunikation 2 WP 4 SWS 12 CP	06.06.01 Ausstellung/Messe/Veranstaltung 06.06.02 Raum und Interior WP WP					
06.07 Editorial Design WP 4 SWS 12 CP	06.07.01 Redaktion und Edition 06.07.02 Magazin/Zeitung/Zeitschrift WP WP		4 6	4 6 4 6		
06.08 Buch und Verlag WP 4 SWS 12 CP	06.08.01 Buchgestaltung und Verlagskommunikation 06.09.02 Buchherstellung und Verlagsorganisation WP WP			4 6 4 6	4 6	
06.09 Strategie und Praxis der Werbung WP 4 SWS 12 CP	06.09.01 Kommerzielle und institutionelle Kommunikation 06.09.02 Soziale und kulturelle Kommunikation 06.09.03 Integrierte Kommunikation WP WP WP		4 6	4 6		
06.10 Gestaltungslabor WP 4 SWS 6 CP	06.10.01 Experimentelle Bild-Raum Konzepte 06.10.02 Künstlerische Konzepte 06.10.03 Körperraum und Raumkörper 06.10.04 Experimentelle Illustration WP WP WP WP			4 3 4 3		

mindestens 48 CP

Das Modul 06.09 ist mit zwei verschiedenen Lehrveranstaltungen abgeschlossen.

Das Modul kann dreimal gewählt werden. Es ist nach zwei unterschiedlichen Lehrveranstaltungen abgeschlossen.

Freie Wahl von Modulen im Umfang von 30 CP aus allen Modulen des Master-Studiengangs





# Studienverlaufsplan

Master-Studiengang Kommunikationsdesign »Gestaltungsfeld: Schrift / Werbung / Bild« (120 CP | Projektmodule mindestens 48 CP + 30 CP frei wählbar aus allen Modulen des Master-Studiengangs)

PROJEKTMODULE	LEHRVERANSTALTUNG	1. Semester					2. Semester					3. Semester					4. Semester					WAHLMODUS						
		KGG	GTG	SU	GS	BS	MS	Ü	GL	CP	KGG	GTG	SU	GS	BS	MS	Ü	GL	CP	KGG	GTG		SU	GS	BS	MS	Ü	GL
06.01 Corporate Design <b>WP</b> 4 SWS 12 CP	06.09.01 Visuelle Identität																											Es müssen mindestens vier Module gewählt werden. Ein Modul kann maximal dreimal belegt werden.
	06.09.02 Unternehmenskommunikation	WP																										
06.02 Interaction Design <b>WP</b> 4 SWS 12 CP	06.02.01 Hypermedia																											
	06.02.02 Interaktive Systeme/Systemdesign	WP																										
06.03 Audiovisuelle Kommunikation <b>WP</b> 4 SWS 12 CP	06.03.01 Audiovisuelles Design																											
	06.03.02 Digitale Illustration und Animation	WP																										
06.04 Bildgestaltung <b>WP</b> 4 SWS 12 CP	06.04.01 Fotografie und Licht im Kontext																											
	06.04.02 Illustration	WP																										
06.05 Dreidimens. Kommunikation 1 <b>WP</b> 4 SWS 12 CP	06.05.01 Produktkommunikation																											
	06.05.02 Informationssysteme/Orientierungssysteme	WP																										
06.06 Dreidimens. Kommunikation 2 <b>WP</b> 4 SWS 12 CP	06.06.01 Ausstellung/Messe/Veranstaltung																											
	06.06.02 Raum und Interior	WP																										
06.07 Editorial Design <b>WP</b> 4 SWS 12 CP	06.07.01 Redaktion und Edition																											
	06.07.02 Magazin/Zeitung/Zeitschrift	WP																										
06.08 Buch und Verlag <b>WP</b> 4 SWS 12 CP	06.08.01 Buchgestaltung und Verlagskommunikation																											
	06.09.02 Buchherstellung und Verlagsorganisation	WP																									mindestens 48 CP	
06.09 Strategie und Praxis der Werbung <b>WP</b> 4 SWS 12 CP	06.09.01 Kommerzielle und institutionelle Kommunikation																											
	06.09.02 Soziale und kulturelle Kommunikation	WP																										
	06.09.03 Integrierte Kommunikation	WP																									Das Modul 06.09 ist mit zwei verschiedenen Lehrveranstaltungen abgeschlossen.	
06.10 Gestaltungslabor <b>WP</b> 4 SWS 6 CP	06.10.01 Experimentelle Bild-Raum Konzepte																											
	06.10.02 Künstlerische Konzepte	WP																										
	06.10.03 Körperraum und Raumkörper	WP																										
	06.10.04 Experimentelle Illustration	WP																									Das Modul kann dreimal gewählt werden. Es ist nach zwei unterschiedlichen Lehrveranstaltungen abgeschlossen.	

Freie Wahl von Modulen im Umfang von 30 CP aus allen Modulen des Master-Studiengangs

# Studienverlaufsplan

Master-Studiengang Kommunikationsdesign »Gestaltungsfeld: Schrift / Werbung / Bild« (120 CP | Wissensmodule mindestens 18 CP, Mentoringmodul 4 CP, Master-Thesis 20 CP)

WISSENSMODULE	LEHRVERANSTALTUNG	1. Semester		2. Semester		3. Semester		4. Semester		WAHLMODUS
		KGG	GTG SU GS BS MS Ü GL CP	KGG	GTG SU GS BS MS Ü GL CP	KGG	GTG SU GS BS MS Ü GL CP	KGG	GTG SU GS BS MS Ü GL CP	
08.01 Kunstwissenschaften WP 6 SWS 6 CP	08.01.01 Kunsttheorie und Ästhetik WP 08.01.02 Kunstgeschichte/Theorie der Angewandten Kunst WP									Es müssen mindestens drei unterschiedliche Module gewählt werden. Eines dieser Module muss die Code-Nr. 08.01 oder 08.02 haben.  mindestens 18 CP
08.02 Medienwissenschaften WP 6 SWS 6 CP	08.02.01 Medientheorie WP 08.02.02 Philosophie und Medien WP		3 3		3 3		3 3		3 3	
08.03 Cultural Studies WP 6 SWS 6 CP	08.03.01 Gender-Media-Design WP 08.03.02 Design Culture/Material Culture WP								3 3 3 3	
08.04 Kommunikationswissenschaften WP 6 SWS 6 CP	08.04.01 Creative Industries WP 08.04.02 Strategien der Kommunikation WP		2 2		2 2		2 2			
<b>Freie Wahl von Modulen im Umfang von 30 CP aus allen Modulen des Masterstudiengangs</b>										Freie Wahl aus allen Modulen 30 CP
09.01 Mentoring P 4 SWS 4 CP	09.01.01 Coaching/Softskills/Betreuung Master Thesis P		1		1		1		1	4 CP
Master Thesis									20	20 CP
CP je Semester			30		30		30		30	120 CP

# Modulhandbuch

# **Master Studiengang**

Kommunikationsdesign

Projektmodule

Modulhandbuch  
 Modulbeschreibungen und Lehrveranstaltungsbeschreibungen  
 Master-Studiengang Kommunikationsdesign (KD) Projektmodule

<b>Projektmodul</b> MA Kommunikationsdesign	<b>06.01</b> <b>Corporate Design</b> <b>Wahlpflicht (KD)</b>
<b>Lehrveranstaltungen</b>	06.01.01 Visuelle Identität 06.01.02 Unternehmenskommunikation
<b>Voraussetzung</b>	
<b>SWS</b>	8
<b>Credit Points</b>	12
<b>Workload pro Semester</b>	90 Std Kontaktzeit, 270 Std Selbststudium
<b>Prüfung</b>	Kumulative Prüfung: Notendurchschnitt der Lehrveranstaltungsabschlüsse
<b>Lehrziele</b>	<p>Die Projektmodule vermitteln umfassende gestalterische und wissenschaftliche Methoden und Kenntnisse zur ganzheitlichen Planung komplexer Gestaltungsprozesse. In den Modulen werden Qualifikationen zur projektorientierten, interdisziplinären Zusammenarbeit mit Gruppen innerhalb und außerhalb der Hochschule vermittelt. Die Themen und Methoden sind unmittelbar verbunden mit Projekten der Designforschung und mit künstlerisch-gestalterischen Entwicklungsprojekten in den Lehrgebieten der Professoren.</p> <p>Die Studierenden erwerben vertiefte analytische, konzeptionelle und gestalterische Kenntnisse über die Notwendigkeit einer einheitlichen Darstellung von Unternehmen, und Institutionen, über den Einsatz ganzheitlicher Gestaltungskonzepte sowie darüber, wie markenstrategische Kriterien Einfluss nehmen auf alle Praxisfelder des Kommunikationsdesign und sowohl Geltung erlangen in der Werbung und im Editorial Design als auch im Bereich von Messe und Ausstellungsgestaltung. Die Studierenden haben praktische wie theoretische Kenntnisse darüber, wie Corporate Design Identitäten schafft und wie Marken einen geschlossenen Auftritt erreichen. Im Kontext komplexer, wechselnder Projektthemen werden die erworbenen Fähigkeiten der Studierenden durch eine wiederholte Belegung vertieft und erweitert.</p>
<b>Verwendung in der Hochschulausbildung</b>	

<b>Lehrveranstaltung</b>	Wahlpflicht (KD)      06.01.01 Visuelle Identität
<b>Dozent/in</b>	NN (Nachf. Hagenberg)
<b>Art der Lehrveranstaltung</b>	Gestalterisches Lehrforschungsprojekt
<b>Arbeitsform</b>	Aktive Gestaltung durch die Teilnehmer; Didaktisch offene Steuerung durch den Leiter / die Leiterin.
<b>SWS</b>	4
<b>Credit Points</b>	6
<b>Workload pro Semester</b>	45 Std Kontaktzeit, 135 Std Selbststudium
<b>Prüfung</b>	Präsentation der Semesterarbeit mit Kolloquium
<b>Inhalte</b>	Die Studierenden sollen erkennen, dass Erscheinungsbilder abhängig sind von vielen grafischen Komponenten und Visuelle Identität über systematische Programme organisiert wird und mit Hilfe von Design Manuals dokumentiert werden kann. Sie sollen erkennen, dass Markenzeichen, Hausschrift, -farbe sowie etliche andere grafische Merkmale einen wiedererkennbaren Auftritt charakterisieren. Darüber sollen sie einen Einblick drinn erhalten, wie andere gestalterische Disziplinen - z.B. Architektur - dazu beitragen, visuelle Identität zu fördern und zu wahren. Im Rahmen der Lehrveranstaltung werden Fallstudien vorgestellt und analysiert. Übungen mit Einzel- und Gruppenkorrektur dienen der praktischen Aneignung des Stoffes. Die Ergebnisse werden mit Hilfe multimedialer Darstellungen präsentiert und dokumentiert.
<b>Sprachen</b>	Deutsch

<b>Lehrveranstaltung</b>	Wahlpflicht (KD)      06.01.02 Unternehmenskommunikation
<b>Dozent/in</b>	Prof. Dieter Gorny
<b>Art der Lehrveranstaltung</b>	Gestalterisches Lehrforschungsprojekt
<b>Arbeitsform</b>	Aktive Gestaltung durch die Teilnehmer; Didaktisch offene Steuerung durch den Leiter / die Leiterin.
<b>SWS</b>	4
<b>Credit Points</b>	6
<b>Workload pro Semester</b>	45 Std Kontaktzeit, 135 Std Selbststudium
<b>Prüfung</b>	Präsentation der Semesterarbeit mit Kolloquium
<b>Inhalte</b>	»The media is the message« - erfolgreiche Unternehmenskommunikation ist immer multikomplex und multikanalorientiert, wobei die kommunikativen Wege nicht nur technologisch, sondern auch inhaltlich definiert sind. In der Addition der verschiedenen Segmente des Unternehmenskommunikationsdesigns entsteht das Image, das erfolgreich mit in die Akzeptanz der Produkte einzahl. Die Lehrveranstaltung formuliert vor diesem Hintergrund spezifische Themen, die sowohl theoretisch als auch in Best-Practice-Beispielen erläutert und behandelt werden und so den Bereich Unternehmenskommunikation überprüf-, erfahr- und strukturierbar machen.
<b>Sprachen</b>	Deutsch / Englisch

Modulhandbuch  
 Modulbeschreibungen und Lehrveranstaltungsbeschreibungen  
 Master-Studiengang Kommunikationsdesign (KD) Projektmodule

<b>Projektmodule</b> MA Kommunikationsdesign	<b>06.02</b> <b>Interaction Design</b> <b>Wahlpflicht (KD)</b>
<b>Lehrveranstaltungen</b>	06.02.01 Hypermedia 06.02.02 Interaktive Systeme/Systemdesign
<b>Voraussetzung</b>	
<b>SWS</b>	8
<b>Credit Points</b>	12
<b>Workload pro Semester</b>	90 Std Kontaktzeit, 270 Std Selbststudium
<b>Prüfung</b>	Kumulative Prüfung: Notendurchschnitt der Lehrveranstaltungsabschlüsse
<b>Lehrziele</b>	<p>Die Studierenden erwerben vertiefte analytische, methodische und gestalterische Kenntnisse über die Abhängigkeit kreativer Strategien in der werblichen Praxis von thematischen Kontexten und von der Komplexität je spezifischer Aufgabenstellung. Sie sind in der Lage, diese Kenntnisse in der gestalterischen Praxis. Sie erwerben ein gesteigertes Verständnis über den Zusammenhang von Kampagnen und Corporate Identity- sowie Design-Parametern und wie das Design im Zusammenspiel mit anderen gestalterischen Disziplinen, mit Spezialisten aus Wirtschaft und Wissenschaft zur Entwicklung medienübergreifender, kreativer Designforschung und mit künstlerisch-gestalterischen Entwicklungsprojekten in den Lehrgebieten der Professoren.</p>
<b>Verwendung in der Hochschulausbildung</b>	

<b>Lehrveranstaltung</b>	Wahlpflicht (KD) 06.02.01 Hypermedia
<b>Dozent/in</b>	NN Hypermedia
<b>Art der Lehrveranstaltung</b>	Gestalterisches Lehrforschungsprojekt
<b>Arbeitsform</b>	Aktive Gestaltung durch die Teilnehmer; Didaktisch offene Steuerung durch den Leiter / die Leiterin.
<b>SWS</b>	4
<b>Credit Points</b>	6
<b>Workload pro Semester</b>	45 Std Kontaktzeit, 135 Std Selbststudium
<b>Prüfung</b>	Präsentation der Semesterarbeit mit Kolloquium
<b>Inhalte</b>	Ziel der Lehrveranstaltung ist der Erwerb einer erweiterten und reflexiven Kompetenz im Umgang mit digitalen Medien. Auf der Basis vorhandener Entwurfs- und Entwicklungspraxis werden digitale Anwendungen und crossmediale Formate gestaltet. In Projekten wird der Einsatz reflexiver Strategien und die Entwicklung einer kritischen Urteilskraft im Umgang mit digitalen Medien vermittelt und erprobt. Konzeption und Entwurf experimenteller Umgebungen sowie hochkomplexer Informationsarchitekturen gehören zum erweiterten Repertoire der Veranstaltung.
<b>Sprachen</b>	Deutsch

<b>Lehrveranstaltung</b>	Wahlpflicht (KD) 06.02.02 Interaktive Systeme/Systemdesign
<b>Dozent/in</b>	Prof. Dr. Stefan Asmus
<b>Art der Lehrveranstaltung</b>	Gestalterisches Lehrforschungsprojekt
<b>Arbeitsform</b>	Aktive Gestaltung durch die Teilnehmer; Didaktisch offene Steuerung durch den Leiter / die Leiterin.
<b>SWS</b>	4
<b>Credit Points</b>	6
<b>Workload pro Semester</b>	45 Std Kontaktzeit, 135 Std Selbststudium
<b>Prüfung</b>	Präsentation der Semesterarbeit mit Kolloquium
<b>Inhalte</b>	Ziel der Lehrveranstaltung ist der Erwerb einer erweiterten, reflexiven gestalterischen und theoretischen Kompetenz im Umgang mit digitalen Medien. Auf der Basis vorhandener Entwurfs- und Entwicklungskompetenzen sowie im Kontext der Vermittlung neuerer systemischer und ästhetischer Theorien werden digitale Anwendungen und crossmediale Formate entwickelt, gestaltet und auf ihre Funktionalität hin erforscht. Konzeption, Entwurf und Strategien eines systemischen Denkens werden als wesentliche methodische Mittel zur Entwicklung komplexer interaktiver Systeme vermittelt.
<b>Sprachen</b>	Deutsch / Englisch

Modulhandbuch  
 Modulbeschreibungen und Lehrveranstaltungsbeschreibungen  
 Master-Studiengang Kommunikationsdesign (KD) Projektmodule

<b>Projektmodule</b> MA Kommunikationsdesign	<b>06.03</b> <b>Audiovisuelle Kommunikation</b> <b>Wahlpflicht (KD)</b>
<b>Lehrveranstaltungen</b>	06.03.01 Audiovisuelles Design 06.03.02 Digitale Illustration und zeitbasierte Medien
<b>Voraussetzung</b>	
<b>SWS</b>	8
<b>Credit Points</b>	12
<b>Workload pro Semester</b>	90 Std Kontaktzeit, 270 Std Selbststudium
<b>Prüfung</b>	Kumulative Prüfung: Notendurchschnitt der Lehrveranstaltungsabschlüsse
<b>Lehrziele</b>	Die Studierenden erwerben im Kontext audiovisueller Medien, theoretische und gestalterische Kenntnisse über, das komplexe Verhältnis von Bild, Bewegung, Zeit und Ton. Sie können ihre Fähigkeiten und Fertigkeiten interdisziplinär auf andere zeitbasierte Bildsysteme, Hypermedien und interaktive Medien beziehen und dort gestalterisch zur Anwendung bringen. Mediale Grenzen verstehen sie als unscharfes, gestalterisches Erfahrungsfeld. Die digitale Illustration können sie als Vermittlungsprinzip synästhetischer Beziehungen zwischen Bild, Text und Ton analytisch verstehen und gestalterisch durchdringen. Im Kontext komplexer, wechselnder Projektthemen werden die erworbenen Fähigkeiten der Studierenden durch eine wiederholte Belegung vertieft und erweitert.
<b>Verwendung in der Hochschulausbildung</b>	Das Modul wird von den MA-Studiengängen Kommunikationsdesign und Applied Art and Design gemeinsam genutzt.

<b>Lehrveranstaltung</b>	Wahlpflicht (KD) 06.03.01 Audiovisuelles Design
<b>Dozent/in</b>	Prof. Dr. Monika Funke
<b>Art der Lehrveranstaltung</b>	Gestalterisches Lehrforschungsprojekt
<b>Arbeitsform</b>	Aktive Gestaltung durch die Teilnehmer; Didaktisch offene Steuerung durch den Leiter / die Leiterin.
<b>SWS</b>	4
<b>Credit Points</b>	6
<b>Workload pro Semester</b>	45 Std Kontaktzeit, 135 Std Selbststudium
<b>Prüfung</b>	Präsentation der Semesterarbeit mit Kolloquium
<b>Inhalte</b>	In der Lehrveranstaltung wird die Grammatik der Filmsprache auf der Basis von Geschichte und Theorie anhand eigener Projekte getestet. Die Spannweite der Angebote in der Lehrveranstaltung reicht von Auftragsarbeiten bis hin zum freien Experiment. Innovative Formen vom freien Experiment bis hin zum narrativen Kurzfilm, Werbe- und Imagespot, TV- Design, Teasern, Trennern u.a. sollen entworfen und realisiert werden. Film und Video ist nicht nur 24x Wahrheit pro Sekunde (Godard) sondern zudem 25x Erfindung und Gestaltung pro Sekunde.
<b>Sprachen</b>	Deutsch / Englisch

<b>Lehrveranstaltung</b>	Wahlpflicht (KD) 06.03.02 Digitale Illustration und zeitbasierte Medien
<b>Dozent/in</b>	Prof. Dr. Reiner Nachtwey
<b>Art der Lehrveranstaltung</b>	Gestalterisches Lehrforschungsprojekt
<b>Arbeitsform</b>	Aktive Gestaltung durch die Teilnehmer; Didaktisch offene Steuerung durch den Leiter / die Leiterin.
<b>SWS</b>	4
<b>Credit Points</b>	6
<b>Workload pro Semester</b>	45 Std Kontaktzeit, 135 Std Selbststudium
<b>Prüfung</b>	Präsentation der Semesterarbeit mit Kolloquium
<b>Inhalte</b>	Im Kontext der Arbeit mit zeitbasierten Medien konzentriert sich die Lehrveranstaltung auf die Konzeptionierung und Realisierung künstlerisch-gestalterischer Produkte und Produktionen im Schnittfeld von animierter Illustration und animiertem digitalem Video. Strategien linearer, nonlinearer und interaktiver visueller Erzähl- und Darstellungsweisen sollen experimentell praktisch in Projekten erprobt und realisiert werden. Formale Strukturen und historische Entwicklungslinien medialer Genre, werden parallel zu den gestalterischen Projekten erarbeitet.
<b>Sprachen</b>	Deutsch



<b>Projektmodule</b> MA Kommunikationsdesign	<b>06.04</b> <b>Bildgestaltung</b> <b>Wahlpflicht (KD)</b>
<b>Lehrveranstaltungen</b>	06.04.01 Fotografie und Licht im Kontext 06.04.02 Illustration
<b>Voraussetzung</b>	
<b>SWS</b>	8
<b>Credit Points</b>	12
<b>Workload pro Semester</b>	90 Std Kontaktzeit, 270 Std Selbststudium
<b>Prüfung</b>	Kumulative Prüfung: Notendurchschnitt der Lehrveranstaltungsabschlüsse
<b>Lehrziele</b>	<p>Die Projektmodule vermitteln umfassende gestalterische und wissenschaftliche Methoden und Kenntnisse zur ganzheitlichen Planung komplexer Gestaltungsprozesse. In den Modulen werden Qualifikationen zur projektorientierten, interdisziplinären Zusammenarbeit mit Gruppen innerhalb und außerhalb der Hochschule vermittelt. Die Themen und Methoden sind unmittelbar verbunden mit Projekten der Designforschung und mit künstlerisch-gestalterischen Entwicklungsprojekten in den Lehrgebieten der Professoren.</p> <p>Die Studierenden haben und erwerben grundlegende und vertiefte Fähigkeiten und Fertigkeiten im Umgang mit traditionellen wie rechnergestützten illustrativen Gestaltungsformen. Sie beherrschen kreative und individuelle Herangehensweisen ebenso wie Methoden der analytisch-konzeptionellen Vorarbeit. Sie erwerben Fertigkeiten in der Entwicklung und Anwendung methodisch geleiteter Bildfindung und grundlegende Kenntnisse im Umgang mit experimenteller Lichtgestaltung. Die Studierenden haben ein erweitertes und vertieftes Verständnis von Illustration als einem medienunabhängigen Vermittlungsprinzip synästhetischer Beziehungen zwischen Bild, Text / Wort. Im Kontext komplexer, wechselnder Projektthemen werden die erworbenen Fähigkeiten der Studierenden durch eine wiederholte Belegung vertieft und erweitert.</p>
<b>Verwendung in der Hochschulausbildung</b>	Das Modul wird von den MA-Studiengängen Kommunikationsdesign und Applied Art and Design gemeinsam genutzt.

<b>Lehrveranstaltung</b>	
Wahlpflicht (KD)	06.04.01 Fotografie und Licht im Kontext
<b>Dozent/in</b>	Prof. Gerhard Vormwald
<b>Art der Lehrveranstaltung</b>	Gestalterisches Lehrforschungsprojekt
<b>Arbeitsform</b>	Aktive Gestaltung durch die Teilnehmer; Didaktisch offene Steuerung durch den Leiter / die Leiterin.
<b>SWS</b>	4
<b>Credit Points</b>	6
<b>Workload pro Semester</b>	45 Std Kontaktzeit, 135 Std Selbststudium
<b>Prüfung</b>	Präsentation der Semesterarbeit mit Kolloquium
<b>Inhalte</b>	In dieser Lehrveranstaltung sollen zu verschiedenen fotografischen Bildsujets gestalterische Lösungen erarbeitet werden, die unter besonderer Berücksichtigung von Lichtgestaltungen, sich jeweils als Studioinszenierung, oder unter Live-Bedingungen realisieren lassen. Angestrebt sind Bildereignisse die sowohl einen freien künstlerischen Anspruch besitzen, als auch solche Gestaltungsmöglichkeiten berücksichtigen, die in angewandten Bereichen - z.B. den unterschiedlichen Feldern der Illustration - Einsatz finden können.
<b>Sprachen</b>	Deutsch / Französisch

<b>Lehrveranstaltung</b>	
Wahlpflicht (KD)	06.04.02 Illustration
<b>Dozent/in</b>	Prof. Ulf Rungenhagen
<b>Art der Lehrveranstaltung</b>	Gestalterisches Lehrforschungsprojekt
<b>Arbeitsform</b>	Aktive Gestaltung durch die Teilnehmer; Didaktisch offene Steuerung durch den Leiter / die Leiterin.
<b>SWS</b>	4
<b>Credit Points</b>	6
<b>Workload pro Semester</b>	45 Std Kontaktzeit, 135 Std Selbststudium
<b>Prüfung</b>	Präsentation der Semesterarbeit mit Kolloquium
<b>Inhalte</b>	In dieser Lehrveranstaltung sollen Illustrationsprojekte im Spannungsfeld von Bild, Schrift und Narration untersucht und sinnvoll aufbereitet werden. Die innovativen und komplexen Ergebnisse werden methodisch überschaubar und rationell in verschiedenen visuellen Bereichen umgesetzt und experimentell gestaltet. Technische Ausarbeitungen im Cross Over unterschiedlicher manueller und digitaler Bildgenerierungs- und Druckverfahren sind vorgesehen.
<b>Sprachen</b>	Deutsch

Modulhandbuch  
 Modulbeschreibungen und Lehrveranstaltungsbeschreibungen  
 Master-Studiengang Kommunikationsdesign (KD) Projektmodule

<b>Projektmodule</b> MA Kommunikationsdesign	<b>06.05</b> <b>Dreidimensionale Kommunikation 1</b> <b>Wahlpflicht (KD)</b>
<b>Lehrveranstaltungen</b>	06.05.01 Produktkommunikation 06.05.02 Informations- und Orientierungssysteme
<b>Voraussetzung</b>	
<b>SWS</b>	8
<b>Credit Points</b>	12
<b>Workload pro Semester</b>	90 Std Kontaktzeit, 270 Std Selbststudium
<b>Prüfung</b>	Kumulative Prüfung: Notendurchschnitt der Lehrveranstaltungsabschlüsse
<b>Lehrziele</b>	<p>Die Projektmodule vermitteln umfassende gestalterische und wissenschaftliche Methoden und Kenntnisse zur ganzheitlichen Planung komplexer Gestaltungsprozesse. In den Modulen werden Qualifikationen zur projektorientierten, interdisziplinären Zusammenarbeit mit Gruppen innerhalb und außerhalb der Hochschule vermittelt. Die Themen und Methoden sind unmittelbar verbunden mit Projekten der Designforschung und mit künstlerisch-gestalterischen Entwicklungsprojekten in den Lehrgebieten der Professoren.</p> <p>Die Studierenden erwerben erweiterte und vertiefte Designkompetenzen im Kontext von dreidimensionalen Kommunikationssystemen. Sie können diese Kompetenzen analytisch und gestalterisch auf die Schnittstellen zwischen Produkt und Nutzer sowie Anbieter und Käufer im analogen und digitalen Umfeld beziehen sowie auf die Entwicklung von neuartigen Orientierungssystemen und Informationssystemen. Im Kontext komplexer, wechselnder Projektthemen werden die erworbenen Fähigkeiten der Studierenden durch eine wiederholte Belegung vertieft und erweitert.</p>
<b>Verwendung in der Hochschulausbildung</b>	Das Modul wird von den MA-Studiengängen Kommunikationsdesign und Applied Art and Design gemeinsam genutzt.

<b>Lehrveranstaltung</b>	Wahlpflicht (KD)      06.05.01 Produktkommunikation
<b>Dozent/in</b>	NN (Nachfr. Hess)
<b>Art der Lehrveranstaltung</b>	Gestalterisches Lehrforschungsprojekt
<b>Arbeitsform</b>	Aktive Gestaltung durch die Teilnehmer; Didaktisch offene Steuerung durch den Leiter / die Leiterin.
<b>SWS</b>	4
<b>Credit Points</b>	6
<b>Workload pro Semester</b>	45 Std Kontaktzeit, 135 Std Selbststudium
<b>Prüfung</b>	Präsentation der Semesterarbeit mit Kolloquium
<b>Inhalte</b>	Die Projektthemen der Lehrveranstaltung sind aus dem Bereich der Produktkommunikation und der Gestaltung von Orten, an denen Marken und Produkte beworben, präsentiert und kommuniziert werden. Darüber hinaus entstammen sie dem Bereich der Gestaltung analoger und digitaler Kommunikationssysteme mit Schnittstellen zu Tangible Interfaces und Ubiquitous Computing. Neue Formen der dreidimensionalen Produkt- und Markenkommunikation werden erforscht, medien-spezifisch visualisiert und in Projektpräsentationen dokumentiert.
<b>Sprachen</b>	Deutsch

<b>Lehrveranstaltung</b>	Wahlpflicht (KD)      06.05.02 Informations- und Orientierungssysteme
<b>Dozent/in</b>	Prof. Andreas Uebele
<b>Art der Lehrveranstaltung</b>	Gestalterisches Lehrforschungsprojekt
<b>Arbeitsform</b>	Aktive Gestaltung durch die Teilnehmer; Didaktisch offene Steuerung durch den Leiter / die Leiterin.
<b>SWS</b>	4
<b>Credit Points</b>	6
<b>Workload pro Semester</b>	45 Std Kontaktzeit, 135 Std Selbststudium
<b>Prüfung</b>	Präsentation der Semesterarbeit mit Kolloquium
<b>Inhalte</b>	Informationssystem: Information wird als Erlebnis gestaltet. Der strukturelle Aufbau und die ästhetischen Parameter werden zu einem Gesamtkonzept komponiert: Ton, Geräusch, Ergonomie werden zu einem System entwickelt, das dem Benutzer Freude macht, wenn es ihm hilft. Orientierungssystem: die Identität eines Ortes wird gestaltet. Zugrunde gelegt wird ein funktionierendes System: Festlegung des Systems und seiner Teile: typographisches System und Satzspiegel, modulare Ordnung und Maße, System der Zeichen und Piktogramme, System der Materialien und Konstruktionsprinzipien, System der Oberflächen und Farben, System der Codierung von Bauteilen, Ebenen und Räumen.
<b>Sprachen</b>	Deutsch / Englisch

<b>Projektmodule</b> MA Kommunikationsdesign	<b>06.06</b> <b>Dreidimensionale Kommunikation 2</b> <b>Wahlpflicht (KD)</b>
<b>Lehrveranstaltungen</b>	06.06.01 Ausstellung/Messe/Veranstaltung 06.06.02 Raum und Interior
<b>Voraussetzung</b>	
<b>SWS</b>	8
<b>Credit Points</b>	12
<b>Workload pro Semester</b>	90 Std Kontaktzeit, 270 Std Selbststudium
<b>Prüfung</b>	Kumulative Prüfung: Notendurchschnitt der Lehrveranstaltungsabschlüsse
<b>Lehrziele</b>	<p>Die Projektmodule vermitteln umfassende gestalterische und wissenschaftliche Methoden und Kenntnisse zur ganzheitlichen Planung komplexer Gestaltungsprozesse. In den Modulen werden Qualifikationen zur projektorientierten, interdisziplinären Zusammenarbeit mit Gruppen innerhalb und außerhalb der Hochschule vermittelt. Die Themen und Methoden sind unmittelbar verbunden mit Projekten der Designforschung und mit künstlerisch-gestalterischen Entwicklungsprojekten in den Lehrgebieten der Professoren.</p> <p>Die Studierenden erwerben erweiterte und vertiefte Designkompetenzen im Kontext von dreidimensionalen Kommunikationssystemen. Sie können diese Kompetenzen analytisch und gestalterisch auf die Schnittstellen zwischen Produkt und Nutzer sowie Anbieter und Käufer im analogen und digitalen Umfeld beziehen sowie auf die Entwicklung von neuartigen Orientierungs- und Informationssystemen. Im Kontext komplexer, wechselnder Projektthemen werden die erworbenen Fähigkeiten der Studierenden durch eine wiederholte Belegung vertieft und erweitert.</p>
<b>Verwendung in der Hochschulausbildung</b>	Das Modul wird von den MA-Studiengängen Kommunikationsdesign und Applied Art and Design gemeinsam genutzt.

<b>Lehrveranstaltung</b>	Wahlpflicht (KD)      06.06.01 Ausstellung/Messe/Veranstaltung
<b>Dozent/in</b>	Prof. Philipp Teufel
<b>Art der Lehrveranstaltung</b>	Gestalterisches Lehrforschungsprojekt
<b>Arbeitsform</b>	Aktive Gestaltung durch die Teilnehmer; Didaktisch offene Steuerung durch den Leiter / die Leiterin.
<b>SWS</b>	4
<b>Credit Points</b>	6
<b>Workload pro Semester</b>	45 Std Kontaktzeit, 135 Std Selbststudium
<b>Prüfung</b>	Präsentation der Semesterarbeit mit Kolloquium
<b>Inhalte</b>	Die Lehrveranstaltung gibt den Studierenden vertiefte Einblicke in das Medium Ausstellung als einem Ort polymedialer Kommunikation, deren Mittel erst über das Zusammenspiel unterschiedlicher Ebenen (Objekte, Gestaltung, Texte) sinnlich und kognitiv funktionieren. Gängige Formen der Musealisierung und Inszenierung von Ausstellungen und Events werden kritisch hinterfragt. Die bewusste Gestaltung eines aktiven Dialoges zwischen dem Ausgestellten und den Ausstellungsbesuchern bildet den Schwerpunkt der Entwurfsarbeit. Eigenständige Ausstellungsexperimente führen zu innovativen Anwendungen. Diese neuen Formen der Kommunikation im Raum werden medien-spezifisch visualisiert und in Projektpräsentationen dokumentiert.
<b>Sprachen</b>	Deutsch / Englisch

<b>Lehrveranstaltung</b>	Wahlpflicht (KD)      06.06.02 Raum und Interior
<b>Dozent/in</b>	Prof. Clara Gleen und NN
<b>Art der Lehrveranstaltung</b>	Gestalterisches Lehrforschungsprojekt
<b>Arbeitsform</b>	Aktive Gestaltung durch die Teilnehmer; Didaktisch offene Steuerung durch den Leiter / die Leiterin.
<b>SWS</b>	4
<b>Credit Points</b>	6
<b>Workload pro Semester</b>	45 Std Kontaktzeit, 135 Std Selbststudium
<b>Prüfung</b>	Präsentation der Semesterarbeit mit Kolloquium
<b>Inhalte</b>	Die Entwicklung eigenständiger Experimente räumlicher Zusammenhänge sollen zu innovativen Anwendungen führen. Komplexe Raumstrukturen werden im Kontext von Kommunikation bearbeitet. Diese neuen Formen der Kommunikation im Raum werden medien-spezifisch visualisiert und in Projektpräsentationen dokumentiert.
<b>Sprachen</b>	Deutsch

<b>Projektmodule</b> MA Kommunikationsdesign	<b>06.07</b> <b>Editorial Design</b> <b>Wahlpflicht (KD)</b>
<b>Lehrveranstaltungen</b>	06.07.01 Redaktion und Edition 06.07.03 Verlag und Herstellung
<b>Voraussetzung</b>	
<b>SWS</b>	8
<b>Credit Points</b>	12
<b>Workload pro Semester</b>	90 Std Kontaktzeit, 270 Std Selbststudium
<b>Prüfung</b>	Kumulative Prüfung: Notendurchschnitt der Lehrveranstaltungsabschlüsse
<b>Lehrziele</b>	<p>Die Projektmodule vermitteln umfassende gestalterische und wissenschaftliche Methoden und Kenntnisse zur ganzheitlichen Planung komplexer Gestaltungsprozesse. In den Modulen werden Qualifikationen zur projektorientierten, interdisziplinären Zusammenarbeit mit Gruppen innerhalb und außerhalb der Hochschule vermittelt. Die Themen und Methoden sind unmittelbar verbunden mit Projekten der Designforschung und mit künstlerisch-gestalterischen Entwicklungsprojekten in den Lehrgebieten der Professoren.</p> <p>Die Studierenden erwerben die Fähigkeit, Redaktionen in verschiedenen Kontexten als Schnittstellen von Kommunikationsdesign und Journalismus analytisch zu begreifen. Sie haben fundierte Kenntnisse über die wesentlichen redaktionellen und gestalterische Prozesse und können sie entwurfsmethodisch und gestaltungsmethodisch auf die Produktion von Medien wie Magazin, Zeitung und Zeitschrift anwenden. Sie haben analytische und gestalterische Kenntnisse über Sprache als einem medialen Instrument und dessen besondere Beziehung zu Bild, Schriftbild und Layout. Im Kontext komplexer, wechselnder Projektthemen werden die erworbenen Fähigkeiten der Studierenden durch eine wiederholte Belegung vertieft und erweitert.</p>
<b>Verwendung in der Hochschulausbildung</b>	

<b>Lehrveranstaltung</b>	Wahlpflicht (KD) 06.07.01 Redaktion und Edition
<b>Dozent/in</b>	Prof. Uwe Reinhardt
<b>Art der Lehrveranstaltung</b>	Gestalterisches Lehrforschungsprojekt
<b>Arbeitsform</b>	Aktive Gestaltung durch die Teilnehmer; Didaktisch offene Steuerung durch den Leiter / die Leiterin.
<b>SWS</b>	4
<b>Credit Points</b>	6
<b>Workload pro Semester</b>	45 Std Kontaktzeit, 135 Std Selbststudium
<b>Prüfung</b>	Präsentation der Semesterarbeit mit Kolloquium
<b>Inhalte</b>	Diese Lehrveranstaltung vermittelt vertiefte redaktionelle und editorische Kompetenzen (methodologische Grundlagen, die analytischen und kreativen Instrumente). Formate wie Design-Essay oder Design-Reportage werden in Projekten von Editieren und Publizieren in verschiedenen Medien erprobt und bereiten auf die spätere Berufspraxis vor. Den Design-Kompetenzen werden in interdisziplinären Projekten weitere Berufs- und Qualifikationsfelder, Möglichkeiten der Integration in dynamische Konzepte und entwicklungsfähige Märkte erschlossen.
<b>Sprachen</b>	Deutsch / Englisch / Französisch / Italienisch

<b>Lehrveranstaltung</b>	Wahlpflicht (KD) 06.07.03 Verlag und Herstellung
<b>Dozent/in</b>	Prof. Roland Henß
<b>Art der Lehrveranstaltung</b>	Gestalterisches Lehrforschungsprojekt
<b>Arbeitsform</b>	Aktive Gestaltung durch die Teilnehmer; Didaktisch offene Steuerung durch den Leiter / die Leiterin.
<b>SWS</b>	4
<b>Credit Points</b>	6
<b>Workload pro Semester</b>	45 Std Kontaktzeit, 135 Std Selbststudium
<b>Prüfung</b>	Präsentation der Semesterarbeit mit Kolloquium
<b>Inhalte</b>	Die Lehrveranstaltung gibt Einblick darin, wie sich Magazin, Zeitung und Zeitschrift zu ausgewiesenen populären, ökonomisch erfolgreichen und vielseitigen Formen der Publikation (Print, Film, Multimedial, Online) für ganz verschiedene Kommunikationszwecke entwickeln konnten. Die inhaltsorientierten Formate werden detailliert erkundet, in ihren Methoden professionell begriffen und in ihren Techniken praktisch angeeignet. Im Rahmen komplexer Projekte soll die Rezeptions- und Reflexionsfähigkeit in Ergänzung zu einer differenzierten Begriffsbildung weiterentwickelt werden und ein fundiertes Qualitätsgefühl sowie ein kompetentes Urteilsvermögen für Editorial Design entwickelt werden.
<b>Sprachen</b>	Deutsch / Englisch

Modulhandbuch  
 Modulbeschreibungen und Lehrveranstaltungsbeschreibungen  
 Master-Studiengang Kommunikationsdesign (KD) Projektmodule

<b>Projektmodule</b> MA Kommunikationsdesign	<b>06.08</b> <b>Buch und Verlag</b> <b>Wahlpflicht (KD)</b>
<b>Lehrveranstaltungen</b>	06.08.01 Buchgestaltung und Verlagskommunikation 06.08.02 Buchgestaltung und Verlagsorganisation
<b>Voraussetzung</b>	
<b>SWS</b>	8
<b>Credit Points</b>	12
<b>Workload pro Semester</b>	90 Std Kontaktzeit, 270 Std Selbststudium
<b>Prüfung</b>	Kumulative Prüfung: Notendurchschnitt der Lehrveranstaltungsabschlüsse
<b>Lehrziele</b>	<p>Die Projektmodule vermitteln umfassende gestalterische und wissenschaftliche Methoden und Kenntnisse zur ganzheitlichen Planung komplexer Gestaltungsprozesse. In den Modulen werden Qualifikationen zur projektorientierten, interdisziplinären Zusammenarbeit mit Gruppen innerhalb und außerhalb der Hochschule vermittelt. Die Themen und Methoden sind unmittelbar verbunden mit Projekten der Designforschung und mit künstlerisch-gestalterischen Entwicklungsprojekten in den Lehrgebieten der Professoren.</p> <p>Mit erfolgreicher Absolvierung des Moduls haben die Studierenden erweiterte Design- und Kommunikationskompetenzen im Kontext von Buch und Verlag. Im Rahmen projektbezogener Aufgabenstellungen erlangen die Studierenden die Fähigkeit, das Zusammenspiel von Buchgestaltung, Verlagskommunikation, Herstellung und Organisation analytisch, gestalterisch und kommunikativ zu begreifen. Die Studierenden haben vertiefte Kenntnisse über verlegerische und gestalterische Prozesse und können sie entwerfungs- und gestaltungsmethodisch auf die Produktion unterschiedlicher Verlagsprodukte anwenden. Im Kontext komplexer, wechselnder Projektthemen werden die erworbenen Fähigkeiten der Studierenden durch eine wiederholte Belegung vertieft und erweitert.</p>
<b>Verwendung in der Hochschulausbildung</b>	

<b>Lehrveranstaltung</b>	Wahlpflicht (KD) 06.08.01 Buchgestaltung und Verlagskommunikation
<b>Dozent/in</b>	Prof. Victor Malsy
<b>Art der Lehrveranstaltung</b>	Gestalterisches Lehrforschungsprojekt
<b>Arbeitsform</b>	Aktive Gestaltung durch die Teilnehmer; Didaktisch offene Steuerung durch den Leiter / die Leiterin.
<b>SWS</b>	4
<b>Credit Points</b>	6
<b>Workload pro Semester</b>	45 Std Kontaktzeit, 135 Std Selbststudium
<b>Prüfung</b>	Präsentation der Semesterarbeit mit Kolloquium
<b>Inhalte</b>	Im Rahmen der Lehrveranstaltung wird das Buch in all seinen vielfältigen Erscheinungsformen und Bestandteilen beschrieben, analysiert, diskutiert und sowohl theoretisch als auch praktisch weiterentwickelt. Die Geschichte des Buches als wichtigstem Kulturträger und seine Beziehung zu Autor und Verlag wird erforscht, diskutiert und in die aktuelle Gestaltungspraxis einbezogen. Analysiert, erprobt und realisiert werden auch Lösungen für komplexe gestalterische und verlagskommunikative Aufgaben unter Einbeziehung aktueller Herstellungs- und Verarbeitungstechniken. Die unterschiedlichen und wechselnden Buch- und Verlagsprojekte beschäftigen sich mit Konzeption, Gestaltung, Realisation und Vertrieb. Die eigene gestalterische Arbeit wird reflektiert und im Kontext des Buchmarktes und der Verlagslandschaft überprüft.
<b>Sprachen</b>	Deutsch

<b>Lehrveranstaltung</b>	Wahlpflicht (KD) 06.08.02 Buchgestaltung und Verlagsorganisation
<b>Dozent/in</b>	Indra Kupferschmid
<b>Art der Lehrveranstaltung</b>	Gestalterisches Lehrforschungsprojekt
<b>Arbeitsform</b>	Aktive Gestaltung durch die Teilnehmer; Didaktisch offene Steuerung durch den Leiter / die Leiterin.
<b>SWS</b>	4
<b>Credit Points</b>	6
<b>Workload pro Semester</b>	45 Std Kontaktzeit, 135 Std Selbststudium
<b>Prüfung</b>	Präsentation der Semesterarbeit mit Kolloquium
<b>Inhalte</b>	Im Rahmen der Lehrveranstaltung werden Publikationsprojekte und Verlagsprodukte konzipiert, gestaltet, realisiert und herausgegeben. Schwerpunkt der Lehre bilden Buchtypografie, Satzgestaltung, Kenntnisvermittlung zu Material und Verarbeitungsprozessen sowie zu herstellerischen Prozessen in der Zusammenarbeit zwischen Gestalter und Verlag. Klassische Aufgabenteilungen und Kompetenzfelder in der Buchherstellung und der Verlagsorganisation werden diskutiert.
<b>Sprachen</b>	Deutsch / Englisch

<b>Projektmodule</b> MA Kommunikationsdesign	<b>06.09</b> <b>Strategien und Praxis der Werbung</b> <b>Wahlpflicht (KD)</b>
<b>Lehrveranstaltungen</b>	06.09.01 Kommerz. und inst. Komm. 06.09.02 Soziale und kult. Kommunikation 06.09.03 Integrierte Kommunikation
<b>Voraussetzung</b>	
<b>SWS</b>	8
<b>Credit Points</b>	12
<b>Workload pro Semester</b>	90 Std Kontaktzeit, 270 Std Selbststudium
<b>Prüfung</b>	Kumulative Prüfung: Notendurchschnitt der Lehrveranstaltungsabschlüsse
<b>Lehrziele</b>	Die Studierenden erwerben vertiefte analytische, methodische und gestalterische Kenntnisse über die Abhängigkeit kreativer Strategien in der werblichen Praxis von thematischen Kontexten und von der Komplexität je spezifischer Aufgabenstellung. Sie sind in der Lage, diese Kenntnisse in der gestalterischen Praxis. Sie erwerben ein gesteigertes Verständnis über den Zusammenhang von Kampagnen und Corporate Identity- sowie Design-Parametern und wie das Design im Zusammenspiel mit anderen gestalterischen Disziplinen, mit Spezialisten aus Wirtschaft und Wissenschaft zur Entwicklung medienübergreifender, kreativer Strategien beiträgt. Im Kontext komplexer, wechselnder Projektthemen werden die erworbenen Fähigkeiten der Studierenden durch eine wiederholte Belegung vertieft und erweitert.
<b>Verwendung in der Hochschulausbildung</b>	

<b>Lehrveranstaltung</b>	Wahlpflicht (KD)	06.09.01 Kommerz. und inst. Kommunikation
<b>Dozent/in</b>	NN (Nachfr. Seiffert)	
<b>Art der Lehrveranstaltung</b>	Gestalterisches Lehrforschungsprojekt	
<b>Arbeitsform</b>	Aktive Gestaltung durch die Teilnehmer; Didaktisch offene Steuerung durch den Leiter / die Leiterin.	
<b>SWS</b>	4	
<b>Credit Points</b>	6	
<b>Workload pro Semester</b>	45 Std Kontaktzeit, 135 Std Selbststudium	
<b>Prüfung</b>	Präsentation der Semesterarbeit mit Kolloquium	
<b>Inhalte</b>	Die Lehrveranstaltung gibt den Studierenden Einblick darin, wie und warum für Unternehmen und Institutionen die Bedeutung der Kommunikation als Faktor für die wirtschaftliche Wertschöpfung zugenommen hat. Dabei zeigt die Lehrveranstaltung auf, dass Anmutungsqualitäten und Image zu den elementaren Merkmalen der Marke in Bezug auf ihre kommunikativen und ökonomischen Funktionen gehören. Die Lehrveranstaltung verdeutlicht, dass zur Durchsetzung im Wettbewerb das kreative Profil zur Produkt- und Selbstdarstellung entscheidend ist. Im Rahmen der Lehrveranstaltung werden Fallstudien vorgestellt und analysiert. Übungen mit Einzel- und Gruppenkorrektur dienen der praktischen Aneignung des Stoffes. Die Ergebnisse werden mit Hilfe multimedialer Darstellungen präsentiert und dokumentiert.	
<b>Sprachen</b>	Deutsch	

<b>Lehrveranstaltung</b>	Wahlpflicht (KD)	06.02.01 Soz. und kulturelle Kommunikation
<b>Dozent/in</b>	Prof. Wilfried Korfmacher	
<b>Art der Lehrveranstaltung</b>	Gestalterisches Lehrforschungsprojekt	
<b>Arbeitsform</b>	Aktive Gestaltung durch die Teilnehmer; Didaktisch offene Steuerung durch den Leiter / die Leiterin.	
<b>SWS</b>	4	
<b>Credit Points</b>	6	
<b>Workload pro Semester</b>	45 Std Kontaktzeit, 135 Std Selbststudium	
<b>Prüfung</b>	Präsentation der Semesterarbeit mit Kolloquium	
<b>Inhalte</b>	Die Lehrveranstaltung vermittelt den Studierenden Kenntnisse darüber, warum Social und Cultural-Marketing, Fundraising oder Sponsoring zu Bereichen mit wachsendem Umsatz und zunehmendem Konkurrenzdruck geworden sind. Sie verdeutlicht den Studierenden, dass innovative Ideen vor allem da gefragt sind, wo die Not groß ist und die Mittel knapp sind. Die Lehrveranstaltung zeigt, dass gerade für gemeinnützige Organisationen kreative Kommunikation sich nicht in taktischen Massnahmen erschöpfen darf, sondern strategisch geplant und nachhaltig angelegt werden muss. Im Rahmen der Lehrveranstaltung werden Fallstudien vorgestellt und analysiert. Übungen mit Einzel- und Gruppenkorrektur dienen der praktischen Aneignung des Stoffes. Die Ergebnisse werden mit Hilfe multimedialer Darstellungen präsentiert und dokumentiert.	
<b>Sprachen</b>	Deutsch / Englisch	

<b>Lehrveranstaltung</b>	Wahlpflicht (KD)	06.02.03 Integrierte Kommunikation
<b>Dozent/in</b>	Prof. Dr. Rainer Zimmermann	
<b>Art der Lehrveranstaltung</b>	Gestalterisches Lehrforschungsprojekt	
<b>Arbeitsform</b>	Aktive Gestaltung durch die Teilnehmer; Didaktisch offene Steuerung durch den Leiter / die Leiterin.	
<b>SWS</b>	4	
<b>Credit Points</b>	6	
<b>Workload pro Semester</b>	45 Std Kontaktzeit, 135 Std Selbststudium	
<b>Prüfung</b>	Präsentation der Semesterarbeit mit Kolloquium	
<b>Inhalte</b>	Die Lehrveranstaltung »Integrierte Kommunikation« behandelt die ganzheitliche Planung, Durchführung und Evaluation von Kommunikations- und Designprogrammen unter Berücksichtigung aller Kommunikationskanäle und -disziplinen. Die Studierenden sollen den vermittelten Stoff um eigene Sach- und Literaturrecherchen ergänzen und in einer wissenschaftlichen oder gestalterischen Semesterarbeit eigenständig argumentierend präsentieren. Erarbeitete Konzepte, Präsentationen und Gestaltungen umfassen den gesamten Analyse und Strategieteil, Gestaltungen sowie die Darstellung geeigneter Evaluationsmethoden.	
<b>Sprachen</b>	Deutsch	

<b>Projektmodule</b> MA Kommunikationsdesign AAD 7.01	<b>06.10</b> <b>Gestaltungslabor</b> <b>Wahlpflicht (KD)</b>
<b>Lehrveranstaltungen</b>	06.10.01 Experimentelle Bild-Raum Konzepte 06.10.02 Künstlerische Konzepte 06.10.03 Körperraum und Raumkörper 06.10.04 Experimentelle Illustration
<b>Voraussetzung</b>	
<b>SWS</b>	8
<b>Credit Points</b>	12
<b>Workload pro Semester</b>	90 Std Kontaktzeit, 270 Std Selbststudium
<b>Prüfung</b>	Kumulative Prüfung: Notendurchschnitt der Lehrveranstaltungsabschlüsse
<b>Lehrziele</b>	<p>Die Projektmodule vermitteln umfassende gestalterische und wissenschaftliche Methoden und Kenntnisse zur ganzheitlichen Planung komplexer Gestaltungsprozesse. In den Modulen werden Qualifikationen zur projektorientierten, interdisziplinären Zusammenarbeit mit Gruppen innerhalb und außerhalb der Hochschule vermittelt. Die Themen und Methoden sind unmittelbar verbunden mit Projekten der Designforschung und mit künstlerisch-gestalterischen Entwicklungsprojekten in den Lehrgebieten der Professoren.</p> <p>Die Studierenden erwerben weiterführende künstlerische Kompetenzen zur gestalterischen Erforschung der Freiräume zwischen anwendungsorientiertem Design und künstlerisch ausgerichteten Gestaltungskonzeptionen. Sie können auf der Grundlage der Reflexion unterschiedlicher Medien, Materialien und Methoden, sowie unter Berücksichtigung interdisziplinärer Aspekte, eigenständige, künstlerische Gestaltungspositionen entwickeln und in den Designprozess einbringen. Im Kontext komplexer, wechselnder Projektthemen werden die erworbenen Fähigkeiten der Studierenden durch eine wiederholte Belegung vertieft und erweitert.</p>
<b>Verwendung in der Hochschulausbildung</b>	Das Modul wird von den MA-Studiengängen Kommunikationsdesign und Applied Art and Design gemeinsam genutzt.

<b>Lehrveranstaltung</b>	Wahlpflicht (KD) AAD 7.01.01	06.10.01 Experimentelle Bild-Raum Konzepte
<b>Dozent/in</b>	Prof. Ton van der Laaken	
<b>Art der Lehrveranstaltung</b>	Gestalterisches Lehrforschungsprojekt	
<b>Arbeitsform</b>	Aktive Gestaltung durch die Teilnehmer; Didaktisch offene Steuerung durch den Leiter / die Leiterin.	
<b>SWS</b>	4	
<b>Credit Points</b>	6	
<b>Workload pro Semester</b>	45 Std Kontaktzeit, 135 Std Selbststudium	
<b>Prüfung</b>	Präsentation der Semesterarbeit mit Kolloquium	
<b>Inhalte</b>	Anhand von konkreten individuellen, interkulturellen und fachübergreifenden künstlerischen Entwicklungsvorhaben sollen in einer experimentellen praxisorientierten Weise, künstlerisch-gestalterische Positionen entwickelt und überprüft werden. Ziel der Lehrveranstaltung ist es, eine reflektive, kritische, künstlerisch-gestalterische Haltung zu entwickeln, die eingebettet ist im Kontext der aktuellen Diskurse des Design sowie der freien und angewandten Künste.	
<b>Sprachen</b>	Deutsch / Niederländisch	

<b>Lehrveranstaltung</b>	Wahlpflicht (KD) AAD 7.01.02	06.10.02 Künstlerische Konzepte
<b>Dozent/in</b>	Prof. Celia Caturelli	
<b>Art der Lehrveranstaltung</b>	Gestalterisches Lehrforschungsprojekt	
<b>Arbeitsform</b>	Aktive Gestaltung durch die Teilnehmer; Didaktisch offene Steuerung durch den Leiter / die Leiterin.	
<b>SWS</b>	4	
<b>Credit Points</b>	6	
<b>Workload pro Semester</b>	45 Std Kontaktzeit, 135 Std Selbststudium	
<b>Prüfung</b>	Präsentation der Semesterarbeit mit Kolloquium	
<b>Inhalte</b>	Die Lehrveranstaltung initiiert theoretische und praktische Auseinandersetzung mit dem Medium Malerei in Zeiten eines künstlerischen und gesellschaftlichen »Cross Over«. Vor dem Hintergrund der Diskussionen zur zeitgenössischen Kunst und den Bedingungen ihrer Produktion, leitet die Lehrveranstaltung zu einem reflexiven Arbeiten an der Bildwahrnehmung, der Bilderstellung und der Bildbearbeitung an. Die Grenzbereiche zu benachbarten Medien (Video, Film, bewegte Bilder, Installation, Performance etc.) werden thematisiert.	
<b>Sprachen</b>	Deutsch / Spanisch	

<b>Lehrveranstaltung</b>	Wahlpflicht (KD) AAD 7.01.03	06.10.03 Körperraum und Raumkörper
<b>Dozent/in</b>	Prof. Anita Lüdke	
<b>Art der Lehrveranstaltung</b>	Gestalterisches Lehrforschungsprojekt	
<b>Arbeitsform</b>	Aktive Gestaltung durch die Teilnehmer; Didaktisch offene Steuerung durch den Leiter / die Leiterin.	
<b>SWS</b>	4	
<b>Credit Points</b>	6	
<b>Workload pro Semester</b>	45 Std Kontaktzeit, 135 Std Selbststudium	
<b>Prüfung</b>	Präsentation der Semesterarbeit mit Kolloquium	
<b>Inhalte</b>	Anhand von spezifischen ggf. auch fachübergreifenden künstlerischen Entwicklungsvorhaben, sollen in einer Theorie und Praxis verknüpfenden, forschenden Weise, individuelle, künstlerisch-gestalterische Standpunkte erarbeitet werden und in die Kontexte zu aktuellen philosophischen, sozialpolitischen und ästhetischen Diskursen des Design sowie der freien und angewandten Künste gestellt werden.	
<b>Sprachen</b>	Deutsch / Spanisch	

Modulhandbuch  
 Modulbeschreibungen und Lehrveranstaltungsbeschreibungen  
 Master-Studiengang Kommunikationsdesign (KD) Projektmodule

<b>Projektmodule</b> MA Kommunikationsdesign AAD 7.01	<b>06.10</b> <b>Gestaltungslabor</b> <b>Wahlpflicht (KD)</b>
<b>Lehrveranstaltungen</b>	06.10.01 Experimentelle Bild-Raum Konzepte 06.10.02 Künstlerische Konzepte 06.10.03 Körperraum und Raumkörper 06.10.04 Experimentelle Illustration
<b>Voraussetzung</b>	
<b>SWS</b>	8
<b>Credit Points</b>	12
<b>Workload pro Semester</b>	90 Std Kontaktzeit, 270 Std Selbststudium
<b>Prüfung</b>	Kumulative Prüfung: Notendurchschnitt der Lehrveranstaltungsabschlüsse
<b>Lehrziele</b>	Die Studierenden erwerben weiterführende künstlerische Kompetenzen zur gestalterischen Erforschung der Freiräume zwischen anwendungsorientiertem Design und künstlerisch ausgerichteten Gestaltungskonzeptionen. Sie können auf der Grundlage der Reflexion unterschiedlicher Medien, Materialien und Methoden, sowie unter Berücksichtigung interdisziplinärer Aspekte, eigenständige, künstlerische Gestaltungspositionen entwickeln und in den Designprozess einbringen. Im Kontext komplexer, wechselnder Projektthemen werden die erworbenen Fähigkeiten der Studierenden durch eine wiederholte Belegung vertieft und erweitert.
<b>Verwendung in der Hochschulausbildung</b>	Das Modul wird von den MA-Studiengängen Kommunikationsdesign und Applied Art and Design gemeinsam genutzt.

<b>Lehrveranstaltung</b>	Wahlpflicht (KD) AAD 7.01.04	06.10.04 Experimentelle Illustration
<b>Dozent/in</b>	Prof. Harald Fuchs	
<b>Art der Lehrveranstaltung</b>	Gestalterisches Lehrforschungsprojekt	
<b>Arbeitsform</b>	Aktive Gestaltung durch die Teilnehmer; Didaktisch offene Steuerung durch den Leiter / die Leiterin.	
<b>SWS</b>	4	
<b>Credit Points</b>	6	
<b>Workload pro Semester</b>	45 Std Kontaktzeit, 135 Std Selbststudium	
<b>Prüfung</b>	Präsentation der Semesterarbeit mit Kolloquium	
<b>Inhalte</b>	Diese Lehrveranstaltung hat ihren medialen Focus im »Cross Over« von digitaler Illustration, Fotografie sowie digitalen und traditionellen Drucktechniken. Komplexe und themenbezogene Bildideen werden mit traditionellen und computergestützten Bildgestaltungstechniken entworfen und illustriert. In der anschließenden Umsetzung in digitaler Bildbe- und Bildverarbeitung und in Kombination mit manuellen Drucktechniken (z.B. Siebdruck, Radierung ) werden hochwertige »Druckerzeugnisse« in kleinen Auflagen oder als spezielle Editionsobjekte hergestellt. Auf diese Weise entsteht eine sinnstiftende Zusammenführung von Bildkonzeption, technischer Kreation und manuellem Handwerk.	
<b>Sprachen</b>	Deutsch	



# **Master Studiengang**

Kommunikationsdesign

Applied Art and Design

Wissensmodule

<b>Wissensmodule</b> MA Kommunikationsdesign Applied Art and Design	<b>08.01</b> <b>Kunstwissenschaften</b> <b>Wahlpflicht (KD)</b> <b>Wahlpflicht (AAD)</b>
<b>Lehrveranstaltungen</b>	08.01.01 Kunsttheorie und Ästhetik 08.01.02 Kunstgeschichte/ Theorie der Angewandten Kunst
<b>Voraussetzung</b>	
<b>SWS</b>	6
<b>Credit Points</b>	6
<b>Workload pro Semester</b>	67,5 Std Kontaktzeit, 112,5 Std Selbststudium
<b>Prüfung</b>	Kumulative Prüfung: Notendurchschnitt der Lehrveranstaltungsabschlüsse
<b>Lehrziele</b>	Die Wissensmodule des MA Studiengangs vermitteln Kenntnisse aus den wichtigsten, designrelevanten Wissenschaften. Sie bilden ein kritisches, historisch geschultes, ästhetisches Urteilsvermögen aus. Es soll dazu befähigen, komplexe wissenschaftsspezifische Fragestellungen bearbeiten zu können. Die Module vermitteln wissenschaftliche Methoden zur Lösung von Gestaltungsproblemen, führen an Forschungsfragen heran und bereiten durch die individuellen Möglichkeiten der Vertiefung auf Promotionsvorhaben vor.  Die in vorgelagerten Studien erworbenen Fähigkeiten, Gesehenes kontextuell zu erfassen, werden erweitert. Die Studierenden erlangen argumentative und analytische Kompetenzen zur Verortung der Kunst und des eigenen ästhetischen Urteils. Sie besitzen Kenntnisse über ein breites Spektrum kunsttheoretischer Ansätze und ästhetischer Theorien und können diese auf designpraktische Problemstellungen beziehen. Darüber hinaus haben sie Kenntnisse über Theorien der Angewandten Kunst im Sinne eines expliziten und konsistenten Begriffsystems, welches der Identifikation, Erschließung und Erklärung seines Forschungsgegenstandes dient. Im Kontext komplexer, wechselnder Projektthemen werden die erworbenen Fähigkeiten der Studierenden durch eine wiederholte Belegung vertieft und erweitert.
<b>Verwendung in der Hochschulausbildung</b>	Das Modul wird von den MA-Studiengängen Kommunikationsdesign und Applied Art and Design gemeinsam genutzt.

<b>Lehrveranstaltung</b>	Wahlpflicht (KD) 08.01.01 Kunsttheorie und Ästhetik Wahlpflicht (AAD)
<b>Dozent/in</b>	Prof. Dr. Hans Georg Pfeifer
<b>Art der Lehrveranstaltung</b>	MA Seminar
<b>Arbeitsform</b>	Frontalunterricht, Gruppenarbeit, praktische Übungen, seminaristischer Unterricht
<b>SWS</b>	3
<b>Credit Points</b>	3
<b>Workload pro Semester</b>	33,75 Std Kontaktzeit, 56,25 Std Selbststudium
<b>Prüfung</b>	Kolloquium zur Semesterarbeit. Wahlweise Referat, Hausarbeit oder Klausur.
<b>Inhalte</b>	Kunsttheorie und Ästhetik – obgleich hier als Lehrveranstaltung zusammen gefasst – sind grundsätzlich zu unterscheiden. Zielsetzung der Lehrveranstaltung ist es u.a. diese Unterscheidung zu hinterfragen.  Vor dem Hintergrund des historisch gewachsenen theoretischen Umfelds, soll im Rahmen der Lehrveranstaltung das überlieferte sowie das gegenwärtig praktizierte künstlerisch-gestalterische Schaffen relativiert an tradierten wie zeitgenössischen kunst- und künstlertheoretischen Ansätzen kritisch hinterfragt und idealer Weise in die diskursive Auseinandersetzung bezüglich kunst-/künstlertheoretischer und ästhetischer, objektiv oder subjektiv gültiger nicht oder normativer Fragestellungen eingebracht werden.
<b>Sprachen</b>	Deutsch

<b>Lehrveranstaltung</b>	Wahlpflicht (KD) 08.01.02 Kunstgeschichte/ Wahlpflicht (AAD) Theorie der Angewandten Kunst
<b>Dozent/in</b>	Prof. Dr. Hans Georg Pfeifer
<b>Art der Lehrveranstaltung</b>	MA Seminar
<b>Arbeitsform</b>	Frontalunterricht, Gruppenarbeit, praktische Übungen, seminaristischer Unterricht
<b>SWS</b>	3
<b>Credit Points</b>	3
<b>Workload pro Semester</b>	33,75 Std Kontaktzeit, 56,25 Std Selbststudium
<b>Prüfung</b>	Kolloquium zur Semesterarbeit. Wahlweise Referat, Hausarbeit oder Klausur.
<b>Inhalte</b>	Basierend auf den breiten kontextuellen Referenzen der Kunstgeschichte soll der konkrete Stoff der Lehrveranstaltung einer kritischen Bestandsaufnahme unterzogen werden. Hierbei werden nicht nur Fragestellungen aus Kunsttheorie, Ästhetik und deren Hilfswissenschaften thematisiert, sondern auch Fragestellungen aus der Kunstphilosophie, Kunstsoziologie und Kunstpsychologie, sowie Methodenprobleme in der Kunstwissenschaft und Kunstgeschichte und ihrem Anwendungsbereichen. Ziel ist es u.a. an eine zeitgemäße und praxisrelevante Theoriebildung der Angewandten Kunst in Auseinandersetzung mit den Theoriebildungen der Kunstgeschichte heranzuführen. Begriffe und Methoden systematischer Nachbarwissenschaften, wie Kunstwissenschaft, Sozialgeschichte und Anthropologie, sollen hinsichtlich ihrer Übertragbarkeit auf die angewandte Kunst, speziell den Schmuck, überprüft werden.
<b>Sprachen</b>	Deutsch

<b>Wissensmodule</b> MA Kommunikationsdesign Applied Art and Design	<b>08.02</b> <b>Medienwissenschaften</b> <b>Wahlpflicht (KD)</b> <b>Wahlpflicht (AAD)</b>
<b>Lehrveranstaltungen</b>	08.02.01 Medientheorie 08.02.02 Philosophie und Medien
<b>Voraussetzung</b>	
<b>SWS</b>	6
<b>Credit Points</b>	6
<b>Workload pro Semester</b>	67,5 Std Kontaktzeit, 112,5 Std Selbststudium
<b>Prüfung</b>	Kumulative Prüfung: Notendurchschnitt der Lehrveranstaltungsabschlüsse
<b>Lehrziele</b>	<p>Die Wissensmodule des MA Studiengangs vermitteln Kenntnisse aus den wichtigsten, designrelevanten Wissenschaften. Sie bilden ein kritisches, historisch geschultes, ästhetisches Urteilsvermögen aus. Es soll dazu befähigen, komplexe wissenschaftsspezifische Fragestellungen bearbeiten zu können. Die Module vermitteln wissenschaftliche Methoden zur Lösung von Gestaltungsproblemen, führen an Forschungsfragen heran und bereiten durch die individuellen Möglichkeiten der Vertiefung auf Promotionsvorhaben vor.</p> <p>Die im Bachelor-Studiengang erworbenen historischen, begriffsanalytischen und feinsemantischen Kompetenzen werden vertieft und erweitert. Im Rahmen des wissenschaftlichen Methodenzugriffs werden kommunikative und multimediale Kompetenzen systematisch verdichtet und erweitert. Mit der erfolgreichen Absolvierung des Moduls sind die Studierenden in der Lage, ein geschärftes Interesse für mögliche Promotionsvorhaben zu entwickeln und wissenschaftlich darzustellen.</p> <p>Im Kontext komplexer, wechselnder Projektthemen werden die erworbenen Fähigkeiten der Studierenden durch eine wiederholte Belegung vertieft und erweitert.</p>
<b>Verwendung in der Hochschulausbildung</b>	Das Modul wird von den MA-Studiengängen Kommunikationsdesign und Applied Art and Design gemeinsam genutzt.

<b>Lehrveranstaltung</b>	Wahlpflicht (KD) 08.02.01 Medientheorie Wahlpflicht (AAD)
<b>Dozent/in</b>	Prof. Dr. Dieter Fuder
<b>Art der Lehrveranstaltung</b>	MA Seminar
<b>Arbeitsform</b>	Frontalunterricht, Gruppenarbeit, praktische Übungen, seminaristischer Unterricht
<b>SWS</b>	3
<b>Credit Points</b>	3
<b>Workload pro Semester</b>	33,75 Std Kontaktzeit, 56,25 Std Selbststudium
<b>Prüfung</b>	Kolloquium zur Semesterarbeit. Wahlweise Referat, Hausarbeit oder Klausur.
<b>Inhalte</b>	Die Lehrveranstaltung legt besonderen Wert auf einen vertieften, selbstreflexiven und interpretativen Umgang mit klassischen, experimentellen und neuen Medien und ihren besonderen Vernetzungen. Darstellungsabsichten und Referenzprozesse sollen gestalterisch und theoretisch eine Übereinstimmung zwischen erweiterten pragmatischen Medialisierungen und den ihnen korrespondierenden Theoriekopplungen ermöglichen. Ziel ist es, in diesem Interaktionsfeld unter rezeptions- und produktionsästhetischen Gesichtspunkten eine gedankliche und experimentelle Erweiterung von Basiskenntnissen zu vermitteln.
<b>Sprachen</b>	Deutsch

<b>Lehrveranstaltung</b>	Wahlpflicht (KD) 08.02.02 Philosophie und Medien Wahlpflicht (AAD)
<b>Dozent/in</b>	Prof. Dr. Dieter Fuder
<b>Art der Lehrveranstaltung</b>	MA Seminar
<b>Arbeitsform</b>	Frontalunterricht, Gruppenarbeit, praktische Übungen, seminaristischer Unterricht
<b>SWS</b>	3
<b>Credit Points</b>	3
<b>Workload pro Semester</b>	33,75 Std Kontaktzeit, 56,25 Std Selbststudium
<b>Prüfung</b>	Kolloquium zur Semesterarbeit. Wahlweise Referat, Hausarbeit oder Klausur.
<b>Inhalte</b>	Die Lehrveranstaltung Medienphilosophie bedeutet einen Interdiskurs und sie ist eine Medienpraxis. Die unhintergehbare Bedeutung von Philosophie besteht nicht nur in ihrer transdisziplinären generativen Anschlussfähigkeit, sondern in ihrer besonderen Weise, Medienanschauungen und ihre Reflexionen sichtbar machen zu können. Grundlegend spielerisch streng in ihrer Methodik, erlaubt sie argumentativ-analytisch eine besondere Bestimmungskraft von Gestaltungsprozessen und ist keineswegs nur eine Teildisziplin. Ziel der Lehrveranstaltung ist es, Studierende in die Lage zu versetzen, zentrale Aspekte von Praxisgebrauch und Konzeptionsstandards auf ihre Relevanz hin befragen zu können. Ihre Wissens- und Erkenntnisvermittlung ist pragmatisch auf die Pluralität medialer Organisationsformen und ihre Prozesshaftigkeit ausgerichtet.
<b>Sprachen</b>	Deutsch

Modulhandbuch  
 Modulbeschreibungen und Lehrveranstaltungsbeschreibungen  
 Master-Studiengang Kommunikationsdesign (KD) und Applied Art and Design (AAD) Wissensmodule

<b>Wissensmodule</b> MA Kommunikationsdesign Applied Art and Design	<b>08.03</b> <b>Cultural Studies</b> <b>Wahlpflicht (KD)</b> <b>Wahlpflicht (AAD)</b>
<b>Lehrveranstaltungen</b>	08.03.01 Gender-Media-Design 08.03.02 Design Culture / Material Culture
<b>Voraussetzung</b>	
<b>SWS</b>	6
<b>Credit Points</b>	6
<b>Workload pro Semester</b>	67,5 Std Kontaktzeit, 112,5 Std Selbststudium
<b>Prüfung</b>	Kumulative Prüfung: Notendurchschnitt der Lehrveranstaltungsabschlüsse
<b>Lehrziele</b>	Die Wissensmodule des MA Studiengangs vermitteln Kenntnisse aus den wichtigsten, designrelevanten Wissenschaften. Sie bilden ein kritisches, historisch geschultes, ästhetisches Urteilsvermögen aus. Es soll dazu befähigen, komplexe wissenschaftsspezifische Fragestellungen bearbeiten zu können. Die Module vermitteln wissenschaftliche Methoden zur Lösung von Gestaltungsproblemen, führen an Forschungsfragen heran und bereiten durch die individuellen Möglichkeiten der Vertiefung auf Promotionsvorhaben vor.  Auf der Basis einer vertieften theoretischen Auseinandersetzung mit Konstruktionsweisen von kulturell konnotierten Eigen- und Fremdbildern, mit Geschlechterzuschreibungen und Identitätspolitiken, sowie mit Fragen zu kultureller Hybridität und Internationalisierung, erlangen die Studierenden Kenntnisse und Kompetenzen darin, Medien- und Designkulturen systematisch und methodisch zu analysieren und kritisch zu reflektieren. Ausgehend von diesen Kompetenzen, sind die Studierenden in der Lage, neue Strategien der Bedeutungsproduktion in Medien- und Designkulturen zu entwickeln. Im Kontext komplexer, wechselnder Projektthemen werden die erworbenen Fähigkeiten der Studierenden durch eine wiederholte Belegung vertieft und erweitert.
<b>Verwendung in der Hochschulausbildung</b>	Das Modul wird von den MA-Studiengängen Kommunikationsdesign und Applied Art and Design gemeinsam genutzt.

<b>Lehrveranstaltung</b>	Wahlpflicht (KD) 08.03.01 Gender-Media-Design Wahlpflicht (AAD)
<b>Dozent/in</b>	Prof. Dr. Yvonne Doderer
<b>Art der Lehrveranstaltung</b>	MA Seminar
<b>Arbeitsform</b>	Frontalunterricht, Gruppenarbeit, praktische Übungen, seminaristischer Unterricht
<b>SWS</b>	3
<b>Credit Points</b>	3
<b>Workload pro Semester</b>	33,75 Std Kontaktzeit, 56,25 Std Selbststudium
<b>Prüfung</b>	Kolloquium zur Semesterarbeit. Wahlweise Referat, Hausarbeit oder Klausur.
<b>Inhalte</b>	Die Lehrveranstaltung fokussiert auf spezifische Konstruktionsweisen und Wechselwirkungen der Kategorie Geschlecht insbesondere in Medien, Design und Alltagskulturen. Entlang einer reflexiven Auseinandersetzung mit Theorien und Fragestellungen von Subjekt-, Körper- und Identitätskonstruktionen, mit transkulturellen Kommunikationsräumen sowie mit möglichen Formen der Überschreitung von Geschlechterordnungen werden gendersensitive Produktions- und Vermittlungsmodelle in Medien- und Designkulturen entwickelt.
<b>Sprachen</b>	Deutsch / Englisch

<b>Lehrveranstaltung</b>	Wahlpflicht (KD) 08.03.02 Design Culture / Material Culture Wahlpflicht (AAD)
<b>Dozent/in</b>	NN
<b>Art der Lehrveranstaltung</b>	MA Seminar
<b>Arbeitsform</b>	Frontalunterricht, Gruppenarbeit, praktische Übungen, seminaristischer Unterricht
<b>SWS</b>	3
<b>Credit Points</b>	3
<b>Workload pro Semester</b>	33,75 Std Kontaktzeit, 56,25 Std Selbststudium
<b>Prüfung</b>	Kolloquium zur Semesterarbeit. Wahlweise Referat, Hausarbeit oder Klausur.
<b>Inhalte</b>	In der Lehrveranstaltung werden Objekte und Artefakte im Hinblick auf Prozesse und Transformationen ihrer Konstruktion, Produktion, Konsumtion sowie Performanz hin befragt. Ausgehend von Fragen zu Historizität, Repräsentation, Display und Vermittlung werden Konstruktions- und Funktionsweisen von Objekten und Artefakten analysiert, um so ein kritisches Verständnis von Design und Materialität zu erlangen und damit neue Bedeutungs-horizonte in der eigenen Praxis zu eröffnen.
<b>Sprachen</b>	Deutsch / Englisch

<b>Wissensmodule</b> MA Kommunikationsdesign Applied Art and Design	<b>08.04</b> <b>Kommunikationswissenschaften</b> <b>Wahlpflicht (KD)</b> <b>Wahlpflicht (AAD)</b>
<b>Lehrveranstaltungen</b>	08.04.01 Creative Industries 08.04.02 Strategien der Kommunikation
<b>Voraussetzung</b>	
<b>SWS</b>	4
<b>Credit Points</b>	4
<b>Workload pro Semester</b>	45 Std Kontaktzeit, 75 Std Selbststudium
<b>Prüfung</b>	Kumulative Prüfung: Notendurchschnitt der Lehrveranstaltungsabschlüsse
<b>Lehrziele</b>	Die Wissensmodule des MA Studiengangs vermitteln Kenntnisse aus den wichtigsten, designrelevanten Wissenschaften. Sie bilden ein kritisches, historisch geschultes, ästhetisches Urteilsvermögen aus. Es soll dazu befähigen, komplexe wissenschaftsspezifische Fragestellungen bearbeiten zu können. Die Module vermitteln wissenschaftliche Methoden zur Lösung von Gestaltungsproblemen, führen an Forschungsfragen heran und bereiten durch die individuellen Möglichkeiten der Vertiefung auf Promotionsvorhaben vor.  Mit dem erfolgreichen Abschluß des Moduls haben die Studierenden exemplarisch vertiefte und erweiterte Kenntnisse über die Funktionsweisen der strategischen und methodischen Entwicklung von Unternehmenskommunikation in unterschiedlichen Wirtschaftsbereichen, die man unter dem Oberbegriff Creative Industries zusammenfassen kann. Im Kontext komplexer, wechselnder Projektthemen werden die erworbenen Fähigkeiten der Studierenden durch eine wiederholte Belegung vertieft und erweitert.
<b>Verwendung in der Hochschulausbildung</b>	Das Modul wird von den MA-Studiengängen Kommunikationsdesign und Applied Art and Design gemeinsam genutzt.

<b>Lehrveranstaltung</b>	Wahlpflicht (KD) Wahlpflicht (AAD)	08.04.01 Creative Industries
<b>Dozent/in</b>	Prof. Dieter Gorny	
<b>Art der Lehrveranstaltung</b>	Seminaristischer Unterricht	
<b>Arbeitsform</b>	Frontalunterricht, Gruppenarbeit, prakt. Übungen, sem. Unterricht	
<b>SWS</b>	2	
<b>Credit Points</b>	2	
<b>Workload pro Semester</b>	22,5 Std Kontaktzeit, 37,5 Std Selbststudium	
<b>Prüfung</b>	Kolloquium zur Semesterarbeit. Wahlweise Referat, Hausarbeit oder Klausur.	
<b>Inhalte</b>	Die Lehrveranstaltung verschafft einen Überblick über das breite Feld der Creative Industries. Sie thematisiert insbesondere deren Entwicklungsstand und Arbeitsmethoden in Wirtschaftsbereichen wie: Werbung, Architektur, Kunst, Kunsthandwerk, Design, Mode, Film & Video, Leisure Software, Musik, Theater, Musical/Live-Events, Verlagswesen, Software und Computerdienstleistungen sowie Fernsehen & Radio und bietet Einordnungsmöglichkeiten für den Bereich Kommunikationsdesign. In der Lehrveranstaltung werden Handlungsperspektiven für eine zukunftsgerichtete Ausgestaltung und Definition kommunikativer Wertschöpfungsketten erarbeitet.	
<b>Sprachen</b>	Deutsch / Englisch	

<b>Lehrveranstaltung</b>	Wahlpflicht (KD) Wahlpflicht (AAD)	08.04.02 Strategien der Kommunikation
<b>Dozent/in</b>	Prof. Dr. Rainer Zimmermann	
<b>Art der Lehrveranstaltung</b>	Seminaristischer Unterricht	
<b>Arbeitsform</b>	Frontalunterricht, Gruppenarbeit, prakt. Übungen, sem. Unterricht	
<b>SWS</b>	2	
<b>Credit Points</b>	2	
<b>Workload pro Semester</b>	22,5 Std Kontaktzeit, 37,5 Std Selbststudium	
<b>Prüfung</b>	Kolloquium zur Semesterarbeit. Wahlweise Referat, Hausarbeit oder Klausur.	
<b>Inhalte</b>	Die Lehrveranstaltung behandelt die strategischen und methodischen Grundlagen von Wettbewerbssystemen. Sie bietet unter exemplarischen und methodischen Aspekten sowohl einen vertieften Einblick in das westliche Vorbild aller Strategien, die Evolutionsbiologie und den Wettbewerb der Spezies als auch in das asiatische Strategieverständnis anhand der 36 chinesischen Strategeme. Daneben fokussiert die Lehrveranstaltung auf spezifische Kommunikationsstrategien und stellt Best Practice Cases aus Werbung und Kommunikation mit ihren strategischen Grundlagen vor.	
<b>Sprachen</b>	Deutsch / Englisch	

# **Master Studiengang**

Kommunikationsdesign

Applied Art and Design

Mentoring

Modulhandbuch  
 Modulbeschreibungen und Lehrveranstaltungsbeschreibungen  
 Master-Studiengänge Kommunikationsdesign (KD) und Applied Art and Design (AAD) Mentoring

<b>Mentoringmodul</b> MA Kommunikationsdesign Applied Art and Design	<b>09.01</b>  <b>Pflicht (KD)</b> <b>Pflicht (AAD)</b>
<b>Lehrveranstaltungen</b>	09.01.01 Coaching / Betreuung der MA Thesis
<b>Voraussetzung</b>	
<b>SWS</b>	1
<b>Credit Points</b>	1
<b>Workload pro Semester</b>	11,25 Std Kontaktzeit, 18,75 Std Selbststudium
<b>Prüfung</b>	Das Modul ist mit dem Gruppenkolloquium der LV abgeschlossen.
<b>Lehrziele</b>	Das Mentoringmodul wird kontinuierlich während des gesamten Studiums von den hauptamtlich Lehrenden der jeweiligen Studiengänge angeboten und von den Studierenden studienbegleitend genutzt. Ziel der Arbeit im Mentoringmodul ist es, die Beziehungen von Sozialkompetenzen, Subjektkompetenzen und Fachkompetenzen deutlich zu machen. Im Mentoringmodul werden im außerunterrichtlichen Gespräch allgemein persönlichkeitsbildende Aspekte des Studiums thematisiert werden und es dient als Ort einer kontinuierlichen Studienlaufbahnberatung. Es dient weiterhin zur Vorbereitung und Begleitung der MA-Thesisarbeit. Studierende können die Mentoringgruppe nach dem ersten Studienjahr wechseln.
<b>Verwendung in der Hochschulausbildung</b>	

<b>Lehrveranstaltung</b>	Pflicht (KD) 09.01.01 Coaching / Betreuung der MA Thesis Pflicht (AAD)
<b>Dozent/in</b>	alle Lehrenden des MA-Studiengangs
<b>Art der Lehrveranstaltung</b>	Seminar
<b>Arbeitsform</b>	Gruppen- und Einzelgespräche, Aktivierende und selbstreflexive Gruppen- und Einzelarbeit
<b>SWS</b>	1
<b>Credit Points</b>	1
<b>Workload pro Semester</b>	11,25 Std Kontaktzeit, 18,75 Std Selbststudium
<b>Prüfung</b>	Gruppenkolloquium
<b>Inhalte</b>	Inhalt der einzelnen Veranstaltungen sind alle Frage- und Problemstellungen der Studierenden zu Studienaufbau, Studienablauf, zu Prüfungsmodalitäten, zu allgemeinen Themen des Studiums, des zukünftigen Berufs, sowie zu ihrer persönlichen und sozialen Situation als Studierende. Die Studierenden sollen im Rahmen dieses Moduls in ihren Selbstorganisationskompetenzen gestärkt werden. Ferner soll die Entwicklung von fachbezogenen Handlungsschritten im Sinne einer Studienlaufbahnberatung im Zentrum der Semesterarbeit stehen und Fragen zum Verhältnis von Studium und Beruf diskutiert werden. (Praktikumsfragen, Berufseinstieg usw.) Die konkrete Ausgestaltung der Arbeit und die Schwerpunktbildung in und mit der Mentoringgruppe obliegt dem jeweiligen Lehrenden und ist abhängig von den individuellen Schwerpunktsetzungen der Studierenden im Studium.
<b>Sprachen</b>	Deutsch

# **Master Studiengang**

Kommunikationsdesign

Applied Art and Design

Thesisarbeit



<b>Thesis</b> MA Kommunikationsdesign	
<b>Lehrveranstaltungen</b>	Bei Ausgabe des Themas zur Thesearbeit müssen 90 CP erworben worden sein.
<b>Semester</b>	
<b>SWS</b>	
<b>Credit Points</b>	20
<b>Inhalte, Prüfungs- und Benotungsform</b>	<p>Die Master-Thesis besteht aus zwei Teilen:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Sie besteht aus einem abschließenden, eigenständigen, gestalterischen und/oder wissenschaftlichen Projekt, das sich thematisch aus den Schwerpunktsetzungen des Studiums herleitet.</li> <li>2. Sie besteht weiterhin aus einer Präsentation des unter 1. genannten Projektes und einem dazugehörigen Kolloquium.</li> </ol> <p>Die zwei Teile, Projekt sowie Präsentation und Kolloquium werden getrennt benotet. Das Projekt hat den Faktor zwei, Präsentation mit Kolloquium den Faktor eins. Die Ergebnisse der Einzelteile werden addiert und durch drei dividiert. Dies ergibt die Note der Master-Thesis.</p>