

Anlage 1.8

LEHRPLAN DES 5-SEMESTRIGEN AUFBAULEHRGANGES FÜR BERUFSTÄTIGE FÜR GRAFIK- UND KOMMUNIKATIONSDESIGN

I.1 STUNDENTAFEL¹

(Gesamtsemesterwochenstundenzahl und Stundenausmaß der einzelnen Module)

Pflichtgegenstände	Semesterwochenstunden Semester					Summe	Lehrver- pflich- tungs- gruppe
	1.	2.	3.	4.	5.		
A. Allgemeinbildende Pflichtgegenstände							
1. Religion	1	1	1	1	1	5	III
2. Deutsch	6	2	2	2	2	14	I
3. Englisch	6	2	2	2	2	14	I
4. Angewandte Mathematik	4	4	4	2	2	16	I
5. Wirtschaft und Recht ²	-	2	2	2	2	8	II bzw. III
6. Angewandte Informatik	2	-	-	-	-	2	I
7. Naturwissenschaftliche und technische Grundlagen	4	-	-	-	-	4	II
B. Fachtheorie und Fachpraxis							
1. Entwurf ³	-	9	9	6	6	30	I
2. Medientechnologie und angewandte Informatik ³	-	2	2	3	3	10	I
3. Darstellung und Komposition ³	-	4	4	4	4	16	II
4. Typographie ³	-	3	3	3	3	12	II
5. Kommunikationsdesign ³	-	2	2	2	2	8	II
6. Marketing und Werbung	-	2	2	2	2	8	II
7. Kultur- und Designtheorie	-	2	2	2	2	8	III
Gesamtsemesterwochenstundenzahl	23	35	35	31	31	155	
C. Pflichtpraktikum							
mindestens 8 Wochen in der unterrichtsfreien Zeit vor Antritt zur Reife- und Diplomprüfung							
Freigegegenstände, Förderunterricht	Semesterwochenstunden Semester					Summe	Lehrver- pflich- tungs- gruppe
	1.	2.	3.	4.	5.		
D. Freigegegenstände							
1. Deutsch – Rhetorik / Präsentationstechnik	-	-	-	2	-	2	I
2. Englisch – Rhetorik / Präsentationstechnik	-	-	-	-	2	2	I
3. Zweitsprache Deutsch	-	2	2	-	-	4	I
4. Politische Bildung	-	2	2	-	-	4	III
5. Volkswirtschaftliche Grundlagen	-	-	-	2	-	2	III
6. Darstellende Geometrie	-	2	2	-	-	4	I
7. Technische Dokumentation	2	-	-	-	-	2	III

¹ Durch schulautonome Lehrplanbestimmungen kann von dieser Stundentafel im Rahmen des Abschnittes IV abgewichen werden.

² Die Lehrverpflichtungsgruppe III bezieht sich auf den Bereich „Recht“.

³ Mit Übungen.

E. Förderunterricht⁴

1. Deutsch
2. Englisch
3. Angewandte Mathematik
4. Fachtheoretische Pflichtgegenstände

⁴ Bei Bedarf parallel zum jeweiligen Pflichtgegenstand bis zu 16 Unterrichtseinheiten pro Schuljahr; Einstufung wie der entsprechende Pflichtgegenstand.

LEHRPLAN DES 4-SEMESTRIGEN KOLLEGS FÜR BERUFSTÄTIGE FÜR GRAFIK- UND KOMMUNIKATIONSDESIGN

I.2 STUNDENTAFEL¹

(Gesamtsemesterwochenstundenzahl und Stundenausmaß der einzelnen Module)

Pflichtgegenstände	Semesterwochenstunden Semester					Lehrver- pflich- tungs- gruppe
	1.	2.	3.	4.	Summe	
A. Allgemeinbildende Pflichtgegenstände						
1. Religion	1	1	1	1	4	III
2. Wirtschaft und Recht ²	2	2	2	2	8	II bzw. III
B. Fachtheorie und Fachpraxis						
1. Entwurf ³	12	12	9	9	42	I
2. Medientechnologie und angewandte Informatik ³	5	5	6	6	22	I
3. Darstellung und Komposition ³	4	4	4	4	16	II
4. Typographie ³	3	3	3	3	12	II
5. Kommunikationsdesign ³	4	4	2	2	12	II
6. Marketing und Werbung	2	2	2	2	8	II
7. Kultur- und Designtheorie	2	2	2	2	8	III
Gesamtsemesterwochenstundenzahl	35	35	31	31	132	
C. Pflichtpraktikum						
mindestens 8 Wochen in der unterrichtsfreien Zeit vor Antritt zur Diplomprüfung						
Freigegegenstände, Förderunterricht	Semesterwochenstunden Semester					Lehrver- pflich- tungs- gruppe
	1.	2.	3.	4.	Summe	
D. Freigegegenstände						
1. Deutsch – Rhetorik / Präsentationstechnik	-	-	2	-	2	I
2. Englisch – Rhetorik / Präsentationstechnik	-	-	-	2	2	I
3. Zweitsprache Deutsch	2	2	-	-	4	I
4. Politische Bildung	2	2	-	-	4	III
5. Volkswirtschaftliche Grundlagen	-	-	2	-	2	III
6. Darstellende Geometrie	2	2	-	-	4	I
E. Förderunterricht⁴						
Fachtheoretische Pflichtgegenstände						

1 Durch schulautonome Lehrplanbestimmungen kann von dieser Stundentafel im Rahmen des Abschnittes IV abgewichen werden.

2 Die Lehrverpflichtungsgruppe III bezieht sich auf den Bereich „Recht“.

3 Mit Übungen.

4 Bei Bedarf parallel zum jeweiligen Pflichtgegenstand bis zu 16 Unterrichtseinheiten pro Schuljahr; Einstufung wie der entsprechende Pflichtgegenstand.

LEHRPLAN DES 7-SEMESTRIGEN AUFBAULEHRGANGES FÜR BERUFSTÄTIGE FÜR GRAFIK- UND KOMMUNIKATIONSDESIGN

I.3 STUNDENTAFEL¹

(Gesamtsemesterwochenstundenzahl und Stundenausmaß der einzelnen Module)

Pflichtgegenstände	Semesterwochenstunden Semester							Summe	Lehrverpflichtungsgruppe
	1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.		
A. Allgemeinbildende Pflichtgegenstände									
1. Religion	1	1	1	1	1	-	-	5	III
2. Deutsch	6	2	2	2	2	-	-	14	I
3. Englisch	6	2	2	2	2	-	-	14	I
4. Angewandte Mathematik	4	4	4	2	2	-	-	16	I
5. Wirtschaft und Recht ²	-	-	-	2	2	2	2	8	II bzw. III
6. Angewandte Informatik	2	-	-	-	-	-	-	2	I
7. Naturwissenschaftliche und technische Grundlagen	4	-	-	-	-	-	-	4	II
B. Fachtheorie und Fachpraxis									
1. Entwurf ³	-	-	-	6	6	6	6	24	I
2. Medientechnologie und angewandte Informatik ³	-	2	2	3	3	6	6	22	I
3. Darstellung und Komposition ³	-	3	3	-	-	-	-	6	II
4. Typographie ³	-	-	-	2	2	2	2	8	II
5. Kommunikationsdesign ³	-	1	1	1	1	2	2	8	II
6. Marketing und Werbung	-	2	2	-	-	2	2	8	II
7. Kultur- und Designtheorie	-	2	2	-	-	-	-	4	III
Gesamtsemesterwochenstundenzahl	23	19	19	21	21	20	20	143	
Freigegegenstände, Förderunterricht	Semesterwochenstunden Semester							Summe	Lehrverpflichtungsgruppe
	1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.		
C. Freigegegenstände									
1. Deutsch – Rhetorik und Präsentationstechnik	-	-	-	2	-	-	-	2	I
2. Englisch – Rhetorik und Präsentationstechnik	-	-	-	-	2	-	-	2	I
3. Zweitsprache Deutsch	-	2	2	-	-	-	-	4	I
4. Politische Bildung	2	2	-	-	-	-	-	4	III
5. Volkswirtschaftliche Grundlagen	-	-	2	-	-	-	-	2	III
6. Darstellende Geometrie	-	2	2	-	-	-	-	4	I
7. Technische Dokumentation	2	-	-	-	-	-	-	2	III

¹ Durch schulautonome Lehrplanbestimmungen kann von dieser Stundentafel im Rahmen des Abschnittes IV abgewichen werden.

² Die Lehrverpflichtungsgruppe III bezieht sich auf den Bereich „Recht“.

³ Mit Übungen im Ausmaß der in Klammern angeführten Semesterwochenstunden.

D. Förderunterricht⁴

1. Deutsch
2. Englisch
3. Angewandte Mathematik
4. Fachtheoretische
Pflichtgegenstände

⁴ Bei Bedarf parallel zum jeweiligen Pflichtgegenstand bis zu 16 Unterrichtseinheiten pro Schuljahr; Einstufung wie der entsprechende Pflichtgegenstand.

LEHRPLAN DES 6-SEMESTRIGEN KOLLEGS FÜR BERUFSTÄTIGE FÜR GRAFIK- UND KOMMUNIKATIONSDESIGN

I.4 STUNDENTAFEL¹

(Gesamtsemesterwochenstundenzahl und Stundenausmaß der einzelnen Module)

Pflichtgegenstände	Semesterwochenstunden Semester						Summe	Lehrver- pflich- tungs- gruppe
	1.	2.	3.	4.	5.	6.		
A. Allgemeinbildende Pflichtgegenstände								
1. Religion	1	1	1	1	-	-	4	III
2. Wirtschaft und Recht ²	-	-	2	2	2	2	8	II bzw. III
B. Fachtheorie und Fachpraxis								
1. Entwurf ³	3	3	9	9	6	6	36	I
2. Medientechnologie und angewandte Informatik ³	6	6	5	5	6	6	34	I
3. Darstellung und Komposition ³	3	3	-	-	-	-	6	II
4. Typographie ³	-	-	2	2	2	2	8	II
5. Kommunikationsdesign ³	2	2	2	2	2	2	12	II
6. Marketing und Werbung	2	2	-	-	2	2	8	II
7. Kultur- und Designtheorie	2	2	-	-	-	-	4	III
Gesamtsemesterwochenstundenzahl	19	19	21	21	20	20	120	
Freigegegenstände, Förderunterricht	Semesterwochenstunden Semester						Summe	Lehrver- pflich- tungs- gruppe
	1.	2.	3.	4.	5.	6.		
C. Freigegegenstände								
1. Deutsch – Rhetorik und Präsentationstechnik	-	-	2	-	-	-	2	I
2. Englisch – Rhetorik und Präsentationstechnik	-	-	-	2	-	-	2	I
3. Zweitsprache Deutsch	2	2	-	-	-	-	4	I
4. Politische Bildung	2	2	-	-	-	-	4	III
5. Volkswirtschaftliche Grundlagen	-	-	2	-	-	-	2	III
6. Darstellende Geometrie	2	2	-	-	-	-	4	I
D. Förderunterricht⁴								
Fachtheoretische Pflichtgegenstände								

¹ Durch schulautonome Lehrplanbestimmungen kann von dieser Stundentafel im Rahmen des Abschnittes IV abgewichen werden.

² Die Lehrverpflichtungsgruppe III bezieht sich auf den Bereich „Recht“.

³ Mit Übungen.

⁴ Bei Bedarf parallel zum jeweiligen Pflichtgegenstand bis zu 16 Unterrichtseinheiten pro Schuljahr; Einstufung wie der entsprechende Pflichtgegenstand.

II. ALLGEMEINES BILDUNGSZIEL

Siehe Anlage 1.

III. FACHBEZOGENES QUALIFIKATIONSPROFIL

1. Einsatzgebiete und Tätigkeitsfelder:

Die Absolventinnen und Absolventen des Aufbaulehrgangs bzw. des Kollegs für Berufstätige für Grafik und Kommunikationsdesign können als Spezialistinnen und Spezialisten für visuelle Gestaltung und Kommunikation gestalterische Tätigkeiten eigenständig durchführen und diese in Konzepten, Entwürfen und integrierten Designs eigenständig umsetzen.

Sie erwerben ein technisches und handwerkliches Spezialwissen, das es ihnen ermöglicht, kreative Entwürfe und Präsentationen zu erstellen, diese für die Produktion technisch richtig in unterschiedlichen Medien vorzubereiten bzw. Prototypen zu entwickeln. Die Vermittlung eines fundierten Wissens um die Wirkung von Design befähigt sie bei der Planung, Beratung und Umsetzung integrierter Kommunikationsaufgaben selbständig tätig zu werden. Die Grundlage der Aufnahme bildet zudem eine künstlerisch-gestalterische Eignung.

Die Absolventinnen und Absolventen werden in Werbeagenturen, grafischen Agenturen, Agenturen für Public Relations, für Web- und Screendesign, für Marketing- und Kommunikationsdesign, Agenturen für multimediales Design, Unternehmen der Drucktechnik, Social Media Agenturen, Medienunternehmen wie z.B. Verlagen, Zeitungen, Fernsehanstalten, Unternehmen der Telekommunikationsbranche, Softwarehäusern, Medienunternehmen eingesetzt bzw. arbeiten als Artdirektorinnen und Artdirektoren, Grafik- und Mediendesignerinnen und Mediendesigner, Spezialistinnen und Spezialisten im Bereich der Öffentlichkeitsarbeit im privaten bzw. öffentlichen Sektor oder als Selbstständige bzw. freiberuflich Tätige. Auch die Leitung von Projekten und die Führung von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern zählen zu den typischen Aufgaben.

Die Absolventinnen und Absolventen kennen dabei sowohl die wirtschaftlichen Implikationen ihrer Tätigkeit als auch die ethische und gesellschaftlich sensible Verantwortung, die die Gestaltung von Kommunikation mit sich bringt.

2. Berufsbezogene Lernergebnisse:

In Ergänzung und teilweiser Präzisierung der im allgemeinen Bildungsziel angeführten allgemeinen und berufsbezogenen Kompetenzen besitzen die Absolventinnen und Absolventen Aufbaulehrgangs bzw. des Kollegs für Berufstätige für Grafik- und Kommunikationsdesign im Besonderen:

- ein fundiertes theoretisches Wissen und praktische Anwendungssicherheit, um Recherchen, Konzepte, Vorentwürfe, Entwürfe und Designs für komplexe Kommunikationsaufgaben in den Bereichen der Informationsgestaltung (Editorial Design und Publishing), der Schaffung von visuellen Identitäten für Firmen und Institutionen (Corporate Design) sowie die Kreation kommerziell-visueller Botschaften (Werbung) durch- und ausführen zu können. Zudem werden insbesondere die Bereiche Print-, Screen- und Informationsdesign, räumliche bzw. elektronische Leitsysteme, Ausstellungsdesign, Produktdesign und Packaging Design in die berufliche Ausbildung integriert;
- eine fundierte praxisorientierte Anwendungssicherheit auf allen Gebieten der visuellen Gestaltung hinsichtlich der dafür bedeutsamen technischen und handwerklichen Methoden, Materialien, technischen Abläufe und Fertigungsverfahren;
- eine gute Kenntnis praxisrelevanter Arbeitsabläufe, um Projekte organisieren und abwickeln zu können und diese kompetent bis zur tatsächlichen Fertigstellung zu begleiten, aber auch um flexibel und sachgerecht auf Veränderungen im Ablauf eines Projektes zu reagieren;
- ein umfassendes Verständnis um Kommunikationsaufgaben kontextuell zu verstehen, um dafür wirkungsvolle Konzepte zu entwickeln, Kunden in konzeptioneller Hinsicht zu beraten und Designentscheidungen sachlich richtig zu begründen;
- die Fähigkeit, sich beruflich in relevanten Bereichen selbstständig weiterzubilden bzw. Recherchen, Dokumentationen und Fachreferate zu erstellen und zu präsentieren.

Dabei reichen die Kompetenzen von Kenntnissen über die grundlegenden Funktionen typischer Kommunikationsaufgaben über ein Wissen um mediale Vermittlung, ästhetische Strömungen, Recherchertools im Aufgabenfeld, wirkungstechnische Gestaltungsprinzipien und -kontexte, kommunikative und technische Abläufe eines Projektes bis zur grafischen und technischen

Anwendungssicherheit, um Vorentwürfe, Entwürfe, Präsentationen, Korrekturen, integrierte Designs, die technische Vorbereitung der Produktion bzw. von Prototypen und Produktionen selbstständig entwickeln zu können.

Fundierte berufsbezogene, wirtschaftliche und rechtliche Kompetenzen ermöglichen es den Absolventinnen und Absolventen Grundlagen zu erwerben, um im Berufsumfeld wirtschaftlich selbstständig tätig zu werden bzw. die Planung und Kalkulation einschlägiger Projekte kompetent durchzuführen. Dabei kennen sie Verfahren umweltbewusster Produktion und können Projekte im Sinne der Nachhaltigkeit und sozialen Verträglichkeit planen.

Die angewandten Kompetenzen beziehen sich dabei auf die Gestaltung analoger wie elektronischer Medien, berücksichtigen Besonderheiten des Print- und Screendesigns und beziehen die Gestaltung von realen wie medialen Räumen mit ein. Zudem verstehen die Absolventinnen und Absolventen ihre Arbeit professionell zu präsentieren, zu argumentieren und zu dokumentieren. Dabei entwickeln sie Sensibilität im Einsatz zeitgemäßer Technologien als Werkzeug zur Umsetzung im Wechselspiel von Machbarkeit und Sinnhaftigkeit.

3. Berufsbezogene Lernergebnisse des Abschnitts B:

Entwurf:

Im Bereich Grundlagen können die Absolventinnen und Absolventen Entwurfsarbeiten eigenständig erarbeiten und in Bezug auf wirtschaftliche, mediale und sozio-kulturelle Kontexte sinnvoll umsetzen.

Sie können die unterschiedlichen Herangehensweisen an Entwurfsprozesse beschreiben und individuell Entwurfsstrategien auf Basis qualitativer und quantitativer Zielformulierungen entwickeln und diese problemlösungsorientiert in den einzelnen Entwurfsphasen umsetzen.

Sie können für Entwurfsarbeiten die richtigen Arbeitsschritte, die geeigneten Materialien sowie das adäquate Ausgabemedium definieren und durch die Wahl der geeigneten Präsentationsmethode praxisgerecht sichtbar machen.

Im Bereich Editorial Design und Publishing verfügen die Absolventinnen und Absolventen über Lösungskompetenzen durch geistig eigenschöpferische Leistung, deren Gestaltung und Umsetzung im Bereich der redaktionellen, visuellen, medienübergreifenden Kommunikation liegt. Die Einsatzgebiete liegen dabei im Bereich zwischen kultureller, wirtschaftlicher und technischer Wertschöpfung und pragmatischen Anforderungen, die sich aus zielgerichteten Kommunikationsaufgaben ergeben.

Sie besitzen Lösungskompetenz für komplexe Aufgabenstellungen, die in Form funktionierender Kommunikationskonzepte und Verknüpfung von Print-Medien mit den jeweils aktuellen und adäquaten elektronischen Medien erstellt und angewendet werden.

Sie verfügen über Schnittstellenkompetenz durch Erweiterung des Blickes auf Techniken und können die Produktionsabläufe entsprechend den Produktionsbedingungen des thematischen Editierens in unterschiedlichen Medien anwenden und ausführen.

Sie verfügen über die Kompetenz zur Findung eigenständig-innovativer Lösungen und können die Transformation narrativer Strukturen in Bezug auf den Umgang mit Sprache, Schrift und Bild durchführen.

Im Bereich Corporate Design verstehen die Absolventinnen und Absolventen Corporate Design (CD) als imagebildenden Teil der Corporate Identity (CI) und können Planung, Konzeption und Realisierung von komplexen Corporate-Design-Aufgaben inklusive Recherche anwenden und ausführen.

Sie kennen die geeigneten Instrumente bzw. Methoden um die Kernwerte von Unternehmen und Institutionen zu analysieren, beschreiben, diese mit der Unternehmensrealität vergleichen und auf Basis dieser Ergebnisse Kommunikationslösungen unter Einsatz der theoretischen sowie formalen Gestaltungsentscheidungen zu entwickeln.

Sie konzipieren und realisieren medienübergreifende, imagebildende Gesamtaufgaben auf Basis eines kompletten, professionellen Work-Flows (von der Zielformulierung bis zur Dokumentation) in analogen wie digitalen Medien.

Im Bereich Werbung verstehen die Absolventinnen und Absolventen Werbung als integrierten Bestandteil unternehmerischer Kommunikation und können die definierten Ziele in der Entwicklung von Entwürfen für Werbemittel, vernetzte Werbeaufgaben, integrierte Kampagnen, Präsentationen und Kommunikationslösungen in unterschiedlichen Medien übergreifend umsetzen.

Sie können die Abläufe eines arbeitsteiligen Briefingprozesses beschreiben und sich in den Ablauf integrieren. Darüber hinaus sind sie in der Lage, eigene Konzepte und Ideen nachvollziehbar und

strukturiert herzuleiten und in weiterer Folge daraus geeignete Kommunikationslösungen bzw. Entwürfe zu entwickeln.

Sie können in Gestaltungsentscheidungen beratende Funktion übernehmen, Rebriefings in ihre Entwürfe einarbeiten und ihre Arbeit für eine nachfolgende Präsentation aufbereiten.

Sie haben einen tiefen Überblick über Spielformen visueller Kommunikation und zeitgenössischer Werbeformen und können ihr Wissen um den richtigen Einsatz sowie um die Wirkung der ihnen zur Verfügung stehenden Mittel anwenden.

Medientechnologie und Angewandte Informatik:

Die Absolventinnen und Absolventen besitzen ein hohes technisches Wissen und praktische Anwendungssicherheit in analogen, digitalen und im Berufsumfeld aktuell zum Einsatz kommenden Technologien, um Entwürfe, Präsentationen, produktionsvorbereitende Tätigkeiten, Prototypen und Produktionen adäquat umsetzen zu können; zudem haben sie fundierte technische wie ästhetisch-theoretische Kenntnisse an den Schnittstellen zu unterschiedlichen Medienberufen und Produktionsabläufen sowie einen sicheren Umgang mit einschlägigen anwendungsbezogenen technischen Fachbegriffen.

Im Bereich Grundlagen können sie die grundlegenden Werkzeuge der angewandten Informatik sowie der Bild- und Layoutbearbeitung zielgerichtet anwenden.

Im Bereich Printbasierte Technologien können sie mit Hilfe zeitgemäßer computergestützter Verfahren printbasierte Medienprodukte analysieren und entwickeln.

Im Bereich Screenbasierte Technologien können sie mit Hilfe zeitgemäßer computergestützter Verfahren screenbasierte Medienprodukte analysieren und entwickeln.

Im Bereich Bilderfassung können sie technische und kommunikative Aspekte von bildgebenden Verfahren in Wechselbeziehung zu Bildgestaltung und Bildaussage stellen sowie Kommunikationsaufträge inhaltlich, technisch und organisatorisch umsetzen.

Im Bereich Drucktechnik bzw. Drucktechnik und -labor können sie drucktechnisch relevante Endverarbeitungsprozesse beschreiben, sicher anwenden und die für den Druck notwendige Logistik entwickeln.

Darstellung und Komposition:

Die Absolventinnen und Absolventen können für spezifische Arbeitsaufgaben unterschiedliche – auch analoge – Verfahren einbinden bzw. vernetzen und kennen Phänomene der Wahrnehmung.

Im Bereich Studien, Darstellungsformen, bildnerische Verfahren können Sie bildnerische Techniken und Ausdrucksweisen analysieren und Natur- und Objektdarstellungen sowie narrative Elemente anwendungsbezogen entwickeln und einsetzen.

Im Bereich Visuelle Codierung und Komposition können sie Relationen zwischen Darstellungsintention und Wahl der bildnerischen Mittel herstellen sowie visuelle Konzeption und Visualisierungsformen zwischen Konkretisierung und Abstraktion, Komposition, Präsentation und visuelle Codes unter Einbeziehung unterschiedlicher Medien einsetzen und entwickeln.

Typografie:

Die Absolventinnen und Absolventen verfügen über theoretisch-konzeptuelle, handwerklich-gestalterische sowie technische Kompetenzen. Ihr typografisches Wissen befähigt sie zur semantisch optimalen Schriftwahl und die Kommunikation verbessernden typografischen Gestaltung sowohl im makro- als auch mikrotypografischen Bereich. Zudem verfügen sie über historische, psychologische und wirkungstechnische Grundlagen des Designs lesbarer Information im Kontext jeder grafischen Gestaltung.

Im Bereich Typografische Grundlagen und Gestaltung können sie in der Kenntnis der Gesetzmäßigkeiten und semantischen Bedeutung Typografie als Ordnungssystem für Inhalte erkennen und als Schnittstelle zwischen Information und Verständnis im Arbeitsablauf von Print und Screen selbständig einsetzen.

Im Bereich Typografische Konzeption können sie komplexe Gestaltungsaufgaben adäquat mit typografischen Mitteln folgerichtig analysieren, vorgegebene Lösungen richtig umsetzen und darüber hinaus eigenständige Ansätze selbständig entwickeln.

Kommunikationsdesign:

Im Bereich Phänomenologie der medialen Vermittlung kennen die Absolventinnen und Absolventen grundlegende Mechanismen von Kommunikation und ihrer medialen Vermittlung in den Bereichen von

Bild, Print sowie zeitgenössischen Medien, können für Kommunikationsaufgaben Recherchen durchführen und sind in der Lage grundlegende semiotische Aspekte von Design zu benennen.

Im Bereich Design und Kommunikation können sie Kommunikationsaufgaben und -prozesse, ihren sozio-kulturellen Kontext, die semiotische, psychologische und kognitive Wirkung visuellen Designs sowie mediale Prozesse der Vermittlung verstehen, um damit das Verhältnis von visuellem und medialem Ausdruck und intendierter Botschaft analysieren und adaptieren zu können, dafür Designs und Kommunikationskonzepte zu entwickeln bzw. beratend tätig zu werden.

Marketing und Werbung:

Im Bereich Marketing und Werbung verfügen die Absolventen und Absolventinnen über ein fundiertes Verständnis für wirtschaftliche Prozesse, insbesondere der Methoden des Marketings und der Werbung, um mittels eines hohen konzeptionellen Verständnisses Kommunikationsaufgaben und Markenentwicklung im Marktumfeld analysieren und verstehen zu können bzw. Konzepte dafür zu entwerfen. Durch den Überblick über unterschiedliche Medienformate der Werbung sind die Absolventinnen und Absolventen in der Lage, Kommunikations-, Marketing- und Webekonzepte in einem umfassenden medialen Kontext zu entwickeln. Dabei können Sie neben wirtschaftlichen ebenso ethische und rechtliche Aspekte einbeziehen.

Kultur- und Designtheorie:

Im Bereich Kultur- und Designgeschichte verfügen die Absolventinnen und Absolventen über grundlegende Kenntnisse der Kunst- und Designgeschichte in ihrem kulturellen Zusammenhang und können so einerseits die Ästhetik der Bildsprachen von grafischem Design historisch-kulturell und kritisch einordnen, andererseits in der Kenntnis des Repertoires zeitgenössischer ästhetischer Ausdrucksformen auf unterschiedliche stilistische Mittel im Designprozess zurückgreifen.

Sie können unterschiedliche Werkzeuge der Analyse von Kunst und Design sinnvoll anwenden, stilistische und kulturelle Merkmale von Epochen und kulturellen Feldern erkennen sowie Kontexte der Entstehungsbedingungen von Design erläutern.

Im Bereich Kultur- und Designtheorie können sie Zusammenhänge zwischen historischen wie aktuellen, philosophischen, religiösen, sozialen, politischen sowie ökonomischen Entwicklungen herstellen und diese als relevante Bedingungsfelder für Designentwicklungen benennen.

IV. SCHULAUTONOME LEHRPLANBESTIMMUNGEN

Siehe Anlage 1.

V. DIDAKTISCHE GRUNDSÄTZE

Siehe Anlage 1.

VI. LEHRPLÄNE FÜR DEN RELIGIONSUNTERRICHT

Siehe Anlage 1.

VII. BILDUNGS- UND LEHRAUFGABEN SOWIE LEHRSTOFFE DER UNTERRICHTSGEGENSTÄNDE

Pflichtgegenstände gemäß der I.1 Stundentafel und der I.3 Stundentafel

A. Allgemeinbildende Pflichtgegenstände

„Deutsch“, „Englisch“, „Angewandte Mathematik“, „Wirtschaft und Recht“, „Angewandte Informatik“ und „Naturwissenschaftliche und technische Grundlagen“.

Siehe Anlage 1.

Pflichtgegenstände gemäß der I.2 Stundentafel und der I.4 Stundentafel

A. Allgemeinbildende Pflichtgegenstände

„Wirtschaft und Recht“.

Siehe Anlage 1.

B. Fachtheorie und Fachpraxis

Gemäß Studentafel I.1.

ENTWURF

Kompetenzmodul 1:

Bildungs- und Lehraufgabe:

Die Studierenden können im

Bereich Grundlagen

- grundlegende bereichsübergreifende Anwendungen und die Abgrenzung des Begriffsumfelds Design, Layout, Gestaltung, Briefing und Rebriefing, Entwurf, Präsentation, Reinzeichnung und deren mediale Vermittlung beschreiben und anwenden;
- die Grundlagen der gestalterischen Methoden und Wechselbeziehung zwischen handwerklichen Fähigkeiten und medialen Bedingungen benennen sowie Methoden des Vorentwurfs und den Umgang mit handwerklichen analogen Entwurfsmaterialien anwenden;
- die Mittel und Methoden des Entwurfsprozesses sowie die Verbindung von spielerisch-experimentellen Umsetzungsformen beschreiben und können sowohl problemlösungsorientierte Entwurfsaufgaben als auch strategisch-assoziative Gestaltungsaufgaben nach Vorgabe ausführen.

Bereich Editorial Design und Publishing

- die Grundlagen der Wechselwirkung von Text und Bild erkennen und anwenden.

Bereich Corporate Design

- die Gestaltung grafischer Zeichen auf Basis vorgegebener Richtlinien anwenden.

Lehrstoff:

Bereich Grundlagen:

Abgrenzung des Begriffsumfelds Briefing, Rebriefing, Design, Layout, Gestaltung, Entwurf, mediale Vermittlung; Fachrhetorik; Einführung in die gestalterischen Methoden und Wechselbeziehung zwischen handwerklichen Fähigkeiten und medialen Bedingungen; analoge Methoden des Vorentwurfs; Umgang mit analogen handwerklichen Entwurfsmaterialien als Grundlage von Entwurfsprozessen; Mittel und Methoden des Entwurfsprozesses; strategisch-assoziative Gestaltungsaufgaben; Verbindung von spielerisch-experimentellen Umsetzungsformen und problemlösungsorientierten Entwurfsaufgaben.

Bereich Editorial Design und Publishing:

Kennenlernen und Sensibilisierung für die Wechselwirkung von Text und Bild.

Bereich Corporate Design:

Gestaltung grafischer Zeichen (Wortmarke, Bildmarke, Wort-Bildmarke).

Kompetenzmodul 2:

Bildungs- und Lehraufgabe:

Die Studierenden können im

Bereich Grundlagen

- ihr Wissen um die Sensibilisierung für adäquate Materialien und Verarbeitungstechniken und um den Einsatz dieser, sowie um die Anfertigung geeigneter Vorlagen, beschreiben und können diese Fähigkeiten anwenden;
- analoge Techniken und Entwurfs-Modi gezielt und zweckorientiert planen und einsetzen;
- die Grundlagen des Entwurfs für print- und screenbasierte Medien beschreiben und erklären und Methoden des Workflows von der Recherche über die Ideenfindung und Konzepterstellung bis hin zur Phase des Vorentwurfs anwenden.

Bereich Editorial Design und Publishing

- kommunikative Anforderungen erkennen, adäquate Lösungen und die Grundlagen in den Bereichen und Ebenen des Editorial Designs und Publishings anwenden;
- typografische Ordnungen, Informationsvisualisierungen und Informationssysteme in print- und screenbasierten Medien anwenden.

Bereich Corporate Design

- die Gestaltung von Zeichensystemen auf Basis vorgegebener Richtlinien anwenden;
- die Analyse Kriterien von Corporate Identity und Corporate Design benennen und nach Vorgaben anwenden.

Lehrstoff:

Bereich Grundlagen:

Sensibilisierung für und Anwendung von adäquaten Materialien und Verarbeitungstechniken und deren Einsatz; Anfertigung geeigneter Vorlagen.

Wahl des Mediums und entsprechende Umsetzung; Einführung und Grundlagen des Entwurfs für screenbasierte Medien. Wahl des entsprechenden Mediums und unterschiedlicher Methoden der Präsentation fertiger Layouts; Rebriefingprozess und Überarbeitung; aufgabenbezogener Einsatz des gestalterischen Workflows in praxisbezogener Abwicklung.

Bereich Editorial Design und Publishing:

Erkennen der kommunikativen Anforderung und Erarbeitung adäquater Umsetzungen; Einführung in die Bereiche und Ebenen von Editorial Design und Publishing.

Typografische Ordnung und Informationsvisualisierung für print- und screenbasierte Medien; Informationssysteme; Infografik; Diskursrelationen von Text-Bild und Informationsdesign.

Bereich Corporate Design:

Gestaltung von Zeichensystemen auf Basis vorgegebener Gestaltungsrichtlinien. Anwendung geeigneter Analyse- und Recherchemethoden für das Marktumfeld eines Unternehmens bzw. einer Institution.

Kompetenzmodul 3:

Bildungs- und Lehraufgabe:

Die Studierenden können im

Bereich Editorial Design und Publishing

- die Bildung und Sensibilisierung der Urteilsfähigkeit auf Basis morphologischer Analysen in Erfahrung bringen und diese analysieren und ausführen;
- typographische Hierarchien, Raster und Mediendramaturgien in unterschiedlichen Medien unterscheiden und anwenden;
- einfache Informationsgrafiken erstellen.

Bereich Corporate Design

- die Entwicklung von Images und Umsetzung konsistenter Gestaltungsansätze in Corporate Design Projekten sowie Auseinandersetzung mit Marken und Markenentwicklungen beschreiben und diese in unterschiedlichen Medien entwickeln;
- geeignete Analyse- und Recherchemethoden für das Marktumfeld eines Unternehmens bzw. einer Institution erkennen und diese anwenden;
- die Gestaltung komplexer multifunktionaler Corporate Design Projekte beschreiben und Re-Design und Relaunch anwenden, analysieren und differenziert medienübergreifend ausführen.

Lehrstoff:

Bereich Editorial Design und Publishing:

Bildung und Sensibilisierung der Urteilsfähigkeit auf Basis morphologischer Analysen; Typographische Hierarchien, Raster und Mediendramaturgien in unterschiedlichen Medien; Einführung in die Informationsgrafik.

Bereich Corporate Design:

Marken, Markenentwicklung und kommunikative Analyse von Unternehmen und Institutionen; Gestaltung komplexer multifunktionaler, medienübergreifender Corporate Design Projekte; Differenzierung von print- und screenbasierten Medien.

Kompetenzmodul 4:

Bildungs- und Lehraufgabe:

Die Studierenden können im

Bereich Editorial Design und Publishing

- Gestaltungen mit großer Komplexität und Heterogenität (in Bezug auf semiotische, ästhetische, technische und pragmatische Parameter) analysieren und entwickeln;
- projektorientierte, auf Kommunikationslösung ausgerichtete Entwurfsprozesse (mit Zielformulierung, Recherche und mediengerechter und -konvergenter Umsetzung) beschreiben, sowie diese analysieren, entwickeln und anwenden;
- die Bedeutung, Relevanz und Beziehung unterschiedlicher Informationen in Bezug auf die Kommunikationsleistung bzw. die Entwicklung komplexer Informationsgrafiken erkennen und anwenden;
- Ergebnisse unter semiotischen Aspekten analysieren und argumentieren.

Bereich Corporate Design

- Designstrategien der Markenkommunikation und die Gestaltung von Corporate Design Lösungen (auch im dreidimensionalen Raum) im Rahmen der Corporate Identity beschreiben und diese anwenden, analysieren und entwickeln;
- die Analyse von Leitbildern bzw. der gegebenen Kommunikationsaufgaben, die Planung, die Konzeption und Realisierung von komplexen Corporate Design Aufgaben inklusive Recherche beschreiben und diese anwenden und ausführen;
- die Notwendigkeit eines Soll-Ist-Vergleichs, geeigneter Präsentation und Dokumentation, der Verdichtung konzeptioneller Ideen sowie der Markenentwicklung auf Basis der Formulierung eines Kerngedankens und der Umsetzung detaillierter Corporate Design-Manuals beschreiben und diese anwenden und ausführen.

Lehrstoff:

Bereich Editorial Design und Publishing:

Unterscheidung zwischen ästhetischem, semiologischem und technologischem Urteil; exemplarische Zugangsweisen zu Gestaltungsaufgaben mit steigender Komplexität und Heterogenität; Bedeutung, Relevanz und Beziehung unterschiedlicher Informationen in Bezug auf die Kommunikationsleistung; Entwicklung komplexer Informationsgrafiken; Projektorientierte, auf die Kommunikationslösung ausgerichtete Entwurfsprozesse (mit Zielformulierung, Recherche und mediengerechter und -konvergenter Umsetzung); Entwicklung eigenständiger Entwurfsstrategien im Zusammenhang mit Methoden quantitativer und qualitativer Zielformulierungen; Analyse und Argumentation der Ergebnisse unter semiotischen Aspekten.

Bereich Corporate Design:

Exemplarische Entwurfsaufgaben für Neugestaltung und Re-Design; Designstrategien der Markenkommunikation; Gestaltung von CD-Lösungen (auch im dreidimensionalen Raum) im Rahmen der Corporate Identity; Analyse von Leitbildern bzw. der gegebenen Kommunikationsaufgaben; Planung, Konzeption und Realisierung von komplexen Corporate Design Aufgaben inklusive Recherche; Soll-Ist-Vergleich; geeignete Präsentation und Dokumentation; Verdichtung konzeptioneller Ideen; Markenentwicklung auf Basis der Formulierung eines Kerngedankens; Umsetzung detaillierter CD-Manuals; Grundlagen des Projektmanagements; Entwicklung von Entwurfskriterien; Projektkalkulation.

MEDIEN-TECHNOLOGIE UND ANGEWANDTE INFORMATIK

Bildungs- und Lehraufgabe aller Bereiche:

Die Studierenden können

- die im jeweiligen Bereich gebräuchlichen Werk- und Hilfsstoffe sowie die Arbeitsmethoden gemäß den einschlägigen Regelwerken erläutern;
- die Anordnungen der Sicherheitsunterweisung und Einschulung berücksichtigen;
- die verwendeten Geräte und Apparate sicher und bestimmungsgemäß handhaben.

Lehrstoff:

Laborbetrieb und Laborordnung; Sicherheitsunterweisung, Einschulung, Qualitätsprüfung und Qualitätssicherung, Instandhaltung, Recycling; toxikologische und ökologische Aspekte von Chemikalien.

Kompetenzmodul 1:

Bildungs- und Lehraufgabe:

Die Studierenden können im

Bereich Screenbasierte Technologien

- grundlegende Layout- und Interaktionstechniken zur Erstellung von screenbasierten Medien benennen;
- adäquate Werkzeuge zur medienübergreifenden Umsetzung anwenden.

Lehrstoff:

Bereich Screenbasierte Technologien:

Grundlegende Layout- und Interaktionstechniken; Techniken zur Be-, Ver- und Nachbearbeitung von screenbasierten Inhalten.

Kompetenzmodul 2:

Bildungs- und Lehraufgabe:

Die Studierenden können im

Screenbasierte Technologien

- Fachbegriffe und Instrumente zur Erstellung von interaktiven screenbasierten Medien erklären;
- exemplarische Aufgaben mit erweiterten Layout- und Interaktionstechniken selbstständig lösen.

Lehrstoff:

Screenbasierte Technologien:

Funktionsanalysen; Workflow und Prozessabläufe einer Medienproduktion.

Kompetenzmodul 3:

Bildungs- und Lehraufgabe

Die Studierenden können im

Bereich Printbasierte Technologien

- unterschiedliche Arten von Daten für verschiedene Druckverfahren aufbereiten; unterschiedliche Datenbestände analysieren und zu einem Layout zusammenführen sowie mikro- und makrotypografische Funktionen anwenden.

Bereich Screenbasierte Technologien

- Projekte gemäß des Kommunikationsauftrags analysieren und mit Hilfe adäquater Werkzeuge umsetzen;
- Qualitätsanforderungen des Projektes benennen und dieses im laufenden Prozess darauf abstimmen.

Lehrstoff:

Bereich Printbasierte Technologien:

Workflow vom Entwurf bis zur digitalen Reinzeichnung für unterschiedliche Druckprozesse.

Screenbasierte Technologien:

Vertiefende Layout- und Interaktionstechniken; Finishing diverser Darstellungsformen von Medienprojekten.

Kompetenzmodul 4:

Bildungs- und Lehraufgabe:

Die Studierenden können im

Bereich Printbasierte Technologien

- Regeln zur Qualitätssicherung definieren;
- die Problematik der farbverbindlichen Produktion analysieren und Methoden einsetzen, um Druckverfahren zu beschicken.

Bereich Screenbasierte Technologien

- verschiedene Medientypen (Stand- und Bewegtbild, interaktive Medien) nach Analyse des Kommunikationsauftrages erstellen;
- Produktionsrisiken im Umfeld des Projektes erkennen und dieses dahingehend absichern; selbstständig neu entwickelte Werkzeuge erfassen und in den Produktionsworkflow einbinden.

Lehrstoff:

Bereich Printbasierte Technologien:

Hilfsmittel zur Qualitätssicherung und deren Anwendung; produktionssichere Definition von Aufträgen für die Druckvorstufe.

Bereich Screenbasierte Technologien:

Vertiefende Layout- und Interaktionstechniken; technische und gestalterische Rahmenbedingungen in einer Produktionskette.

DARSTELLUNG UND KOMPOSITION

Kompetenzmodul 1:

Bildungs- und Lehraufgabe:

Die Studierenden können im

Bereich Studien, Darstellungsformen, bildnerische Verfahren

- Grundlagen grafischer und malerischer Techniken sowie bildnerischer Darstellungen anwenden;
- Grundlagen verschiedener Abbildungsverfahren und räumliche, zusammengesetzte Objekte erkennen, darstellen und elementare Transformationen auf einfache Objekte anwenden.

Bereich Visuelle Codierung und Komposition

- grundlegende Kompositionsschemata verwenden;
- visuelle Codierungen selektieren und in Kompositionssystemen anwenden.

Lehrstoff:

Bereich Studien, Darstellungsformen, bildnerische Verfahren:

Grundlagen grafischer und malerischer Techniken; unterschiedliche Darstellungsweisen; räumliche bildliche Darstellung; Farbe in verschiedenen Darstellungsweisen; Verwendungszusammenhang unterschiedlicher Materialien, Techniken und Bildträger; Hell-Dunkelwerte; Textur, Struktur, Kontur; narrative Schilderungen; Zeichnen aus der Beobachtung und Vorstellung; Wahrnehmung und Darstellungsformen; Einbindung und Vernetzung unterschiedlicher Verfahren in spezifische Arbeitsaufgaben; kontur- und texturbezogene Darstellung von Objekt und Raum; geometrische Grundformen in Darstellung und Wirkung; Raumvorstellung; Grundgesetze der perspektivischen Abbildung; Grundlagen räumlicher Visualisierungstechniken.

Bereich Visuelle Codierung und Komposition:

Wirkung und Wahrnehmung gestalterischer Mittel; Bedeutung und Einsatz von Farbe und Form; Gestalten aus der Beobachtung und aus der Vorstellung; visuelle Codierungen und deren Bedeutung; Relation zwischen Darstellungszweck und Wahl der ästhetischen Mittel; kompositorische und gestalterische Wertzugänge und bildhafte Verdeutlichung; visuelle Konzeption und Präsentation; unterschiedliche visuelle Codes.

Kompetenzmodul 2:

Bildungs- und Lehraufgabe:

Die Studierenden können im

Bereich Studien, Darstellungsformen, bildnerische Verfahren

- erweiterte Grundlagen grafischer und malerischer Techniken und bildnerischer Darstellungen anwenden;
- Phänomene der Wahrnehmung in Bezug auf Darstellungsformen und bildnerische Verfahren differenziert einsetzen;
- Abbildungsverfahren anwenden und räumliche, zusammengesetzte Objekte darstellen und in Abbildungsmethoden visualisieren.

Bereich Visuelle Codierung und Komposition

- visuelle Codierungen einsetzen und durch Kompositionssysteme erweitern.

Lehrstoff:

Bereich Studien, Darstellungsformen, bildnerische Verfahren:

Erweiterte Einbindung und Vernetzung unterschiedlicher Verfahren in spezifische Arbeitsaufgaben; Erweiterung des Repertoires an bildnerischen Verfahren und Techniken; Erweiterung zeichnerischer und malerischer Natur- und Objektdarstellung; Maße, Größenverhältnisse, Proportionen; räumliche Phänomene und Abstraktionsgrad; skizzenhafte Schilderung von Bildkonzepten; erweiterte Grundlagen

der bildnerischen Verfahren und Techniken; erweiterte Grundlagen der zeichnerischen und malerischen Natur- und Objektdarstellung. Anwendung der perspektivischen Abbildung und räumlicher Visualisierungstechniken; Umsetzung räumlicher Phänomene.

Bereich Visuelle Codierung und Komposition:

Relation zwischen Darstellungsintention und Wahl der ästhetischen Mittel; kompositorische und gestalterische Wertzugänge sowie bildhafte Verdeutlichung; visuelle Konzeption, Präsentation; unterschiedliche visuelle Codes.

Kompetenzmodul 3:

Bildungs- und Lehraufgabe:

Die Studierenden können im

Bereich Studien, Darstellungsformen, bildnerische Verfahren

- Phänomene der Wahrnehmung in unterschiedlichen Techniken in Bezug auf Darstellungsformen und bildnerische Verfahren anwenden;
- Darstellungsformen, Phänomene der Wahrnehmung und unterschiedliche Darstellungsmittel analysieren und anwenden.

Bereich Visuelle Codierung und Komposition

- für Kommunikationsziele visuelle Codes entwickeln, anwenden und präsentieren.

Lehrstoff:

Bereich Studien, Darstellungsformen, bildnerische Verfahren:

Komplexe Objekt-, Körper- und Naturstudien; Vernetzung des Repertoires an bildnerischen Techniken sowie der bildnerischen Ausdrucksweisen; Farbe und deren Ausdrucksmöglichkeiten in bildnerischen Verfahren und Techniken; Darstellungsweisen von Objekten in ihrer Umgebung. Verdichtung des Repertoires der bildnerischen Techniken und Ausdrucksweisen; erweiterte Auseinandersetzung mit Farbe und deren Ausdrucksmöglichkeiten; sachlich beschreibende und poetisch umschreibende Darstellungsweisen.

Bereich Visuelle Codierung und Komposition:

Visualisierungsformen zwischen Konkretisierung und Abstraktion; Erweiterung des Repertoires an visuellen Codes und deren Anwendung; visuelle Konzeption und Präsentation.

Kompetenzmodul 4:

Bildungs- und Lehraufgabe:

Die Studierenden können im

Bereich Studien, Darstellungsformen, bildnerische Verfahren

- Darstellungsformen und Darstellungsmittel analysieren, entwickeln und erweiterte Objekt- und Naturstudien einsetzen;
- grafische und malerische Techniken in bildnerischen Darstellungen analysieren, entwickeln und themenspezifisch anwenden.

Bereich Visuelle Codierung und Komposition

- komplexe Aufgaben unter Einbeziehung unterschiedlicher Medien kompositorisch, konzeptionell und prozessorientiert entwickeln.

Lehrstoff:

Bereich Studien, Darstellungsformen, bildnerische Verfahren:

Analyse bildnerischer Techniken und Ausdrucksweisen; reflektierte Auseinandersetzung mit Farbe; reflektierter und anwendungsbezogener Einsatz von Darstellungsweisen von Objekten in ihrer Umgebung; sachlich beschreibende und poetisch umschreibende Darstellungsweisen; Gezielter Einsatz von Natur- und Objektdarstellungen; Inszenierung mittels narrativer Elemente; räumliche Sequenzen und Abläufe; Prozessschilderung; Zeitspuren.

Bereich Visuelle Codierung und Komposition:

Anwendungsbezogene Aufgabenstellungen unter Einbeziehung von Kompositionssystemen und Berücksichtigung medialer Verfahren; konzeptionelle und prozessorientierte Arbeitsmethoden; Projektbezogene Aufgabenstellungen mittels medialer Verfahren; Anwendung und Analyse erweiterter konzeptioneller und prozessorientierter Arbeitsmethoden.

TYPOGRAFIE

Kompetenzmodul 1:

Bildungs- und Lehraufgabe:

Die Studierenden können im

Bereich Typografische Grundlagen und Gestaltung

- Grundlagen typografischen Gestaltens beschreiben und diese anwenden;
- das Regelwerk typografischen Gestaltens in Bezug auf kommunikative Erfordernisse anwenden.

Lehrstoff:

Bereich Typografische Grundlagen und Gestaltung:

Fachterminologie; Grundlagen der Schriftgeschichte; Lesen als physiologischer und kognitiver Prozess; kulturelle Felder „Schrift“ und „Lesen“ und ihr Einfluss auf Kommunikationsprozesse; Lesevorgang in analogen und digitalen Medien; Analyse von Textsorten hinsichtlich ihrer kommunikativen Aufgaben; Erstellung kommunikativer Textsorten; Analyse von Textsorten hinsichtlich ihrer Beziehung zwischen Gestaltung und Wirkung; Verbesserung fehlerhaft kommunizierender Textsorten.

Kompetenzmodul 2:

Bildungs- und Lehraufgabe:

Die Studierenden können im

Bereich Typografische Grundlagen und Gestaltung

- Typografie als Ordnungssystem für Inhalte erkennen und als Schnittstelle zwischen Information und Verständnis anwenden;
- den Arbeitsablauf digitaler Produktion für print- und screenbasierte Medien anwenden und deren unterschiedliche Rezeptionskontexte einbeziehen.

Bereich Typografische Konzeption

- für Kommunikationsaufgaben Textsorten zielgerichtet und nutzbringend analog und digital anwenden;
- typografische Ausdrucksmittel benennen und diese auf Inhalte anwenden, um unterschiedliche Wirkungen zu erzeugen.

Lehrstoff:

Bereich Typografische Grundlagen und Gestaltung:

Mikro- und makrotypografische Gesetzmäßigkeiten und ihre Wirkung auf die Rezeption eines Inhalts; Workflows digitaler Produktion; Schnittstellen zwischen print- und screenbasierten Medien.

Bereich Typografische Konzeption:

vertiefende Schriftgeschichte; Medialität und Materialität von Kommunikation; Anwendung unterschiedlicher Schriftstile mit üblicher und unüblicher Wirkung; Schrift als ästhetische Form; Schrift zwischen Information und Emotion; avantgardistische und experimentelle Typografie; Regelkonforme Anwendungen und bewusste Regelverstöße in komplexen typografischen Kommunikationsaufgaben.

Kompetenzmodul 3:

Bildungs- und Lehraufgabe:

Die Studierenden können im

Bereich Typografische Konzeption

- Schrift in Kombination mit Bildsprache und Informationsgrafik als wesentliches Medium visueller Kommunikation anwenden;
- mikro- und makrotypografische Gesetzmäßigkeiten im Kommunikationsdesign anwenden;
- Schriftformate als an Codierung und Software gebundenes Material beschreiben.

Lehrstoff:

Bereich Typografische Konzeption:

Typografische Gestaltungen; Schriften mischen; semantisch entsprechende Schriftwahl; Kommunikationsaufgaben in allen Dimensionen und Medien; typografische Aspekte der Infografik; zeitgebundene typografische Stile; Schriftgeschichte und ihre gesellschaftlichen Folgen in Bezug auf

Technik, Politik und Weltbild; Mikro- und Makrotypografie; Verständnis von Schrift als historisches Kulturgut; aktuelle Phänomene in ihrem technischen Umfeld; Fontformate; technische Anwendungen.

Kompetenzmodul 4:

Bildungs- und Lehraufgabe:

Die Studierenden können im

Bereich Typografische Konzeption

- typografische Ausdrucksmittel für unterschiedliche soziokulturelle Bereiche entwickeln und durch Kenntnis typografischer Wirkungsgeschichte Typografie als Dispositiv analysieren;
- für Kommunikationsaufgaben das Regelwerk brechen und innovative Formen zweckorientiert entwickeln;
- Schrift als Mittel zur Schaffung von Identität analysieren und folgerichtig anwenden.

Lehrstoff:

Bereich Typografische Konzeption:

Typografie zwischen intendierter Wirkung und zielgruppengemäßer Konzeption; Erweiterung typografischer Ausdrucksformen; Wertschöpfung durch Typografie und deren Positionierung am Markt; Auseinandersetzung mit Gestaltungsstilen; Stilgeschichte als Ausdruck von Weltbildern; Argumentation von Schriftwahl und Gestaltung; Schriftlizenzen und Schriftmarkt.

KOMMUNIKATIONSDESIGN

Kompetenzmodul 1:

Bildungs- und Lehraufgabe:

Die Studierenden können im

Bereich Theorie und Praxis von Design und Kommunikation

- zentrale Begriffe der Semiotik, im Besonderen der Bild- und Mediensemiotik, erläutern;
- Zeichenprozesse in Rückbezug zur individuellen wie kulturellen Wirkung visueller Kommunikation einschätzen.

Lehrstoff:

Bereich Theorie und Praxis von Design und Kommunikation:

Grundlagen und Grundbegriffe der Semiotik; Zeichen und Zeichenprozesse im visuellen Gestaltungsprozess; Codierung, Decodierung, Analyse von Codierungsverfahren; Eingriff in die Bedeutung durch Verschiebung und Verdichtung.

Kompetenzmodul 2:

Bildungs- und Lehraufgabe:

Die Studierenden können im

Bereich Theorie und Praxis von Design und Kommunikation

- Modelle der Kommunikations- und Wahrnehmungstheorie erläutern;
- Kommunikationsdesigns auf ihre Wirkung hin beurteilen und Designentscheidungen erläutern.

Lehrstoff:

Bereich Theorie und Praxis von Design und Kommunikation:

Grundlegende Kommunikationsmodelle und die Funktionen von Kommunikation; kommunikationstheoretische Aspekte von Gestaltung; Grundlagen physischer, kognitiver, psychologischer und kultureller Wahrnehmung und Bedeutungserzeugung; narrative Kommunikationsfiguren und diskursgebundene Zeichenprozesse.

Funktion sprachlicher Ordnung; semiotische Aspekte von Gestaltung; Differenz von sprachlicher, bildlicher, audiovisueller und interaktiver Vermittlung.

Kompetenzmodul 3:

Bildungs- und Lehraufgabe:

Die Studierenden können im

Bereich Theorie und Praxis von Design und Kommunikation

- grundlegende Theorien der Wirkung von Kommunikation benennen;
- die Transformation der Bedeutung einer Botschaft in medienübergreifenden Prozessen erkennen und anwenden;
- unterschiedliche Kanäle elektronischer und audiovisueller Medien auf ihren Gebrauch bzw. ihre visuelle Gestaltung beziehen und konzeptionelle Überlegungen entwickeln;
- aus der kommunikativen Wirkung unterschiedlicher Medien einfache konzeptionelle Designentscheidungen ableiten.

Lehrstoff:

Bereich Theorie und Praxis von Design und Kommunikation:

Psychoanalytische Modelle zur Konstruktion von Körper, Begehren, Identität, Wahrnehmung und Bedeutung; Analyse von Transferprozessen von Kommunikation zur Gestaltung.

Grundlagen medial vermittelter Kommunikation; mediendispositive und mediale Transferverfahren.

Bedeutungstiftung, kulturelle Zeichenanalyse, mythische und narrative Zeichenprozesse.

Grundlagen der visuellen Gestaltung bzw. Gestaltungsphänomene von Design in den verschiedenen medialen Endformaten; Diskursrelationen von Ton, Schrift, Bild, Bewegung, Interaktion, Immersion und Raum in elektronischen Medien; Grundlagen der audiovisuellen Rhetorik und Dramaturgie; zeitgenössische Phänomene medialer Kommunikation und deren Anwendung.

Kompetenzmodul 4:

Bildungs- und Lehraufgabe:

Die Studierenden können im

Bereich Theorie und Praxis von Design und Kommunikation

- Kommunikationsaufgaben analysieren, Konzepte entwickeln und Designentscheidungen argumentieren;
- Designentwicklungen im Rückbezug zu ihrer sozialen Funktion benennen und deren gesellschaftlichen Auswirkungen einschätzen;
- Designs auf ihre kommunikative Wirkung hin analysieren und Designentscheidungen argumentieren.

Lehrstoff:

Bereich Theorie und Praxis von Design und Kommunikation:

Design als Ausdruck kultureller und kulturell unbewusster Prozesse; Diskursanalyse und strukturalistischer Zugang zu Kommunikation und Design; Gestaltung und Wahrnehmung als diskursiver Prozess; Wechselwirkung von Design zu ökonomischen, soziokulturellen und technischen Entwicklungen, Bedingungen und Interessen; Analyse von Designs und Argumentation von Designentscheidungen.

MARKETING UND WERBUNG

Kompetenzmodul 1:

Bildungs- und Lehraufgabe:

Die Studierenden können im

Bereich Marketing und Werbung

- die Grundlagen, Mechanismen und Phänomene werblicher Kommunikation verstehen;
- grundlegende Begriffe des Marketings benennen und die Kommunikationsziele von Unternehmen/Organisationen sowie die Terminologie eines Marketingkonzepts verstehen;
- die wichtigsten relevanten Analysetools zur Datenerhebung und zum Monitoring der am Marketing beteiligten Prozesse benennen und verstehen.

Lehrstoff:

Bereich Marketing und Werbung:

Grundlagen und Trends im Marketing; Marketingplanung: Marktanalyse, Marktsegmentierung, Marketingziele; Marktbearbeitungsstrategien, Produkt- und Sortimentspolitik, Preispolitik, Distributionspolitik, Kommunikationspolitik; Überblick über zeitgenössische Analysetools zur Datenerhebung.

Kompetenzmodul 2:

Bildungs- und Lehraufgabe:

Die Studierenden können im

Bereich Marketing und Werbung

- die Grundlagen werblicher Kommunikation, Erfolgskriterien für effizientes werbliches Kommunizieren verstehen und Kommunikationskonzepte in ihrer Bedeutung erfassen;
- die Wirkung von Werbe- und Markenbotschaften erkennen;
- die Instrumentarien der Zielgruppenorientierung zur Optimierung der Kommunikationseffizienz benennen und verstehen und dieses Wissen in ihren Konzepten anwenden.

Lehrstoff:

Bereich Marketing und Werbung:

Grundlagen der Werbung; Werbeformen: Klassische Werbung, Bedeutung der Kampagne, neue Werbeformen; Beispiele aus Print, TV- und Onlinewerbung; Methoden zeitgenössischer Werbeformen; Grundlagen von Öffentlichkeitsarbeit und Public Relations; praxisbezogener Überblick über die Kreativbranche.

Kompetenzmodul 3:

Bildungs- und Lehraufgabe:

Die Studierenden können im

Bereich Marketing und Werbung

- den Markt, die Zielgruppen und den Wettbewerb eines potenziellen Auftraggebers analysieren und daraus Schlüsse für eine Strategie ableiten;
- unterschiedliche Medienkanäle, deren Besonderheiten, Möglichkeiten und Grenzen in Bezug auf ihre werbliche Wirkung benennen.

Lehrstoff:

Bereich Marketing und Werbung:

Werbeplanung: Erfolgskriterien von Werbung, Werbeziele, Werbestrategie, Werbemittel und Werbeträger; Werbebudget, Medien und Mediaplanung; konzeptionelle Unterschiede von online und offline Werbeformen; Maßnahmen abseits klassischer Medien; Marktforschung: Methoden, Werbewirkungsforschung, Werbeträgerforschung; Ethische und rechtliche Grenzen der Werbung.

Kompetenzmodul 4:

Bildungs- und Lehraufgabe:

Die Studierenden können im

Bereich Marketing und Werbung

- die Grundlagen von Kommunikationskonzepten, Mediaplanung und Kreativitätstechniken anwenden;
- für Aufgaben unterschiedliche konzeptionelle Überlegungen entwickeln.

Lehrstoff:

Bereich Marketing und Werbung:

Werbepsychologie; Wahrnehmung und Werbewirkung; Kreativtechniken; Grundlagen von Marketing- und Werbekonzepten; Wirkung von Text, Bild, bewegtes Bild und Storytelling; Differenz von Marken-, Image- und Werbekampagne.

KULTUR- UND DESIGNTHEORIE

Kompetenzmodul 1:

Bildungs- und Lehraufgabe:

Die Studierenden können im

Bereich Kultur- und Designgeschichte

- signifikante Merkmale ausgewählter Epochen erkennen und unterscheiden;

- die Unterschiede zwischen Design und Kunst formulieren und anhand verschiedener formaltechnischer Ausdrucksformen erläutern sowie auf sozio-kulturelle Phänomene rückbeziehen.

Lehrstoff:

Bereich Kultur- und Designgeschichte:

Europäische Epochen; Stilistische Merkmale einer Zeit; Methoden der Betrachtung und Aneignung wesentlicher Fachtermini; Modelle der Analyse; Form- und Stilmerkmale; formale Entwicklungen in Abhängigkeit von Technologie, Wirtschaft und Gesellschaft; Kunst, Funktionen von Design und ihre Konsequenzen für die Erscheinungsformen; sozio-kulturelle Einflüsse.

Kompetenzmodul 2:

Bildungs- und Lehraufgabe:

Die Studierenden können im Bereich

Bereich Kultur- und Designgeschichte

- Merkmale ausgewählter stilistischer Richtungen erkennen und beschreiben;
- Werkzeuge und Termini der Analyse von Design und Kunst sinngemäß anwenden sowie sozio-kulturelle Bedingungen von Designentwicklungen benennen.

Lehrstoff:

Bereich Kultur- und Designgeschichte:

Ausgewählte Beispiele von Kunst bzw. Design; programmatische und kulturspezifische Bedingungen, Verknüpfungen, Bildsprachen und Stile.

Stilpluralismen; Interdependenz von Design und sozio-kulturellen Bedingungen; Design und Kunst als System(e) im gegenwärtigen gesellschaftlichen Kontext; Thematisierung divergierender Produktion- und Rezeptionsmodellen von Kunst, Design und Alltagskultur.

Kompetenzmodul 3:

Bildungs- und Lehraufgabe:

Die Studierenden können im

Bereich Kultur- und Designtheorie

- kulturspezifische Regeln und Hintergründe, die die Grundlage der Gestaltung einer Kultur definieren, erkennen;
- Werkzeuge der Analyse auf medienübergreifende Beispiele aus Design und Kunst anwenden.

Lehrstoff:

Bereich Kultur- und Designtheorie:

Grundlagen Ästhetischer Theorie; Grundlagen der Kulturtheorie; ausgewählte Beispiele europäischer und außereuropäischer Kulturen im Kontext; Zielgerichtete Analyse diverser Beispiele aus Design und Kunst in unterschiedlichen Medien; Zielgerichtete Analyse diverser Beispiele aus Design, Kunst und Alltagskultur.

Kompetenzmodul 4:

Bildungs- und Lehraufgabe:

Die Studierenden können im

Bereich Kultur- und Designtheorie

- Zusammenhänge zwischen historischen, sozialen, politischen wie ökonomischen Entwicklungen herstellen und diese als relevante Bedingungsfelder für Designentwicklungen, Kunstproduktion bzw. medienkulturelle Phänomene erkennen sowie diese auf aktuelle Entwicklungen anwenden.

Lehrstoff:

Bereich Kultur- und Designtheorie:

Inhalte und Werte in der bildenden und angewandten Kunst und ihre Vermittelbarkeit; Komplexe Zusammenhänge von sozio-kulturellen Entwicklungen und der Produktion bzw. des Produzierens von Design im Spannungsfeld von Kunst, Medien, Design, Massen- und Alltagskultur.

B. Fachtheorie und Fachpraxis

Gemäß Stundentafel I.2.

ENTWURF

Siehe den gleichnamigen Pflichtgegenstand in Stundentafel I.1 mit folgenden Ergänzungen:

Kompetenzmodul 1:

Bildungs- und Lehraufgabe:

Die Studierenden können im

Bereich Werbung

- Beispiele aus der Praxis der Werbekommunikation benennen und beschreiben;
- werbliche Bild-Textkombinationen anwenden.

Lehrstoff:

Bereich Werbung:

Auseinandersetzung mit Beispielen aus der Praxis der Werbekommunikation; Grundlagen des Bild-Textverhältnisses.

Kompetenzmodul 2:

Bildungs- und Lehraufgabe:

Die Studierenden können im

Bereich Werbung

- Lösungen auf Grund von Kommunikationsaufgaben im Bereich der Werbekommunikation anwenden;
- Grundlagen crossmedialer Werbung benennen.

Lehrstoff:

Bereich Werbung:

Ästhetik und Kommunikationsaufgabe von Bildästhetik, Textästhetik und Medienästhetik; Vertiefende Auseinandersetzung mit Beispielen aus der Praxis der Werbekommunikation; Einführung in die Konzeption crossmedialer Kampagnen.

Kompetenzmodul 3:

Bildungs- und Lehraufgabe:

Die Studierenden können im

Bereich Werbung

- Markenbotschaften und Werbetexte in die Gestaltung vernetzter Werbeaufgaben einbeziehen und diese medienkonvergent anwenden;
- die Grundlagen der Analyse von Zielgruppen und Mitbewerbern der Werbekommunikation in unterschiedlichen Medien beschreiben und Konzepte für diese entwickeln;
- werbliche Konzepte crossmedial entwickeln und diese präsentationsreif aufbereiten.

Lehrstoff:

Bereich Werbung:

Einführung in die Analyse von Zielgruppen und Mitbewerbern; Werbekommunikation in unterschiedlichen Medien; Erstellung präsentationsreifer Kommunikationslösungen; Umgang mit Markenbotschaften und Werbetexten; Gestaltung vernetzter, medienkonvergenter Werbeaufgaben.

Kompetenzmodul 4:

Bildungs- und Lehraufgabe:

Die Studierenden können im

Bereich Werbung

- Entwürfe im Bereich der Werbe- und Markenkommunikation in und mit unterschiedlichen Medien analysieren, konzipieren und entwickeln;
- Kampagnen (von der Marktanalyse, Zielformulierung, Konzeption und Gestaltung bis zur adäquaten Präsentation und Dokumentation) beschreiben und exemplarisch entwickeln;

- marktgerechte Kampagnen (von der Marktanalyse, Zielformulierung, Konzeption und Gestaltung bis zur adäquaten Präsentation und Dokumentation) unter Einbeziehung und Intensivierung medialer bzw. werblicher Kanäle für Kampagnen zielgerichtet entwickeln.

Lehrstoff:

Bereich Werbung:

Konzeption und Realisierung von Entwürfen im Bereich der Werbe- und Markenkommunikation in und mit unterschiedlichen Medien; Entwicklung marktgerechter Kampagnen (von der Marktanalyse, Zielformulierung, Konzeption und Gestaltung bis zur adäquaten Präsentation und Dokumentation); Zielgerichtete Einbeziehung aller medialen bzw. werblichen Kanäle in Kampagnen.

MEDIEN-TECHNOLOGIE UND ANGEWANDTE INFORMATIK

Siehe den gleichnamigen Pflichtgegenstand in Stundentafel I.1 mit folgenden Ergänzungen:

Kompetenzmodul 1:

Bildungs- und Lehraufgabe:

Die Studierenden können im

Bereich Printbasierte Technologien

- Werkzeuge zur Pixelbild-, und Layouterstellung grundlegend anwenden;
- Bilddaten für die Druckvorstufe erzeugen sowie Layouts nach standardisierten Verfahren erstellen, einrichten und mit Objekten bestücken.

Bereich Bilderfassung und -bearbeitung

- technische und kommunikative Aspekte von bildgebenden Verfahren in Wechselbeziehung zu Bildgestaltung und Bildaussage sowie Bildbearbeitung stellen;
- Kommunikationsaufträge inhaltlich, technisch und organisatorisch organisieren und anwenden.

Lehrstoff:

Bereich Printbasierte Technologien:

Eigenschaften und Bearbeitung unterschiedlicher Bilddaten; Definieren von Layoutdateien; Eigenschaften von Layoutobjekten und -daten.

Bereich Bilderfassung und -bearbeitung:

Grundlagen der Bilderfassung; Grundlagen derameratechnik und -führung; Grundlagen der Optik; Techniken der Bildbearbeitung.

Kompetenzmodul 2:

Bildungs- und Lehraufgabe:

Die Studierenden können im

Bereich Printbasierte Technologien

- Werkzeuge zur Vektorgrafik grundlegend anwenden;
- erweiterte Funktionen der Layoutgestaltung in komplexeren Layouts kombinieren;
- Methoden anwenden, um Printprodukte technisch korrekt einzurichten und Illustrationen als eigenständige sowie als Layoutobjekte erstellen und handhaben.

Bereich Bilderfassung

- grundlegende Techniken der Bilderfassung und Bildbearbeitung wiedergeben und Bilddaten für den weiteren Workflow aufbereiten;
- die Bedeutung des Bildes im technischen Kontext erläutern sowie ein Konzept für ein einfaches Projekt planen und umsetzen;
- gemäß des jeweiligen Auftrags Bildbearbeitung, Bildgestaltung bzw. Bildregie planen und einsetzen;
- spezielle Kommunikationsaufträge inhaltlich, technisch und organisatorisch umsetzen.

Lehrstoff:

Bereich Printbasierte Technologien:

Erweiterte Eigenschaften von Layoutobjekten und -daten, Formate und Vorlagen; Ausgabeüberprüfung.

Bereich Bilderfassung:

Lichttechnik und -führung; Wirkung und Verwendung von Kamera- und Aufnahmetechniken.

Kompetenzmodul 3:

Bildungs- und Lehraufgabe:

Die Studierenden können im

Bereich Drucktechnik und -labor

- Entwürfe für eine Drucksorte der entsprechenden Drucktechnik zuordnen und deren Druckvorstufe bewältigen, sowie die entsprechenden Druckformen herstellen;
- ein drucktechnisches Konzept erstellen, sowie einen Druckvorgang und relevante Endfertigungs-Veredelungsprozesse planen.

Lehrstoff:

Bereich Drucktechnik und -labor:

Drucktechniken; Farbsysteme und deren Phänomene; Grundlagen der Bildtechnologie; Druckvorstufe; historische und medientheoretische Aspekte von Druckprozessen; Wechselbeziehungen zwischen Entwurf und Ausführung; Rohstoffe und Produkte (gefährliche Chemikalien); Sicherheit im Umgang mit gefährlichen Stoffen; Ökologie und Nachhaltigkeit.

Kompetenzmodul 4:

Bildungs- und Lehraufgabe:

Die Studierenden können im

Bereich Drucktechnik und -labor

- spezifische Eigenschaften von Druckfarben und Bedruckstoffen beschreiben, sowie Kleinstauflagen in der entsprechenden Drucktechnik herstellen.

Lehrstoff:

Bereich Drucktechnik und -labor:

Technische Aspekte von Druckprozessen; Gerätehandhabung; Techniken der Druckformenherstellung; Materialkunde: Rohstoffe und Produkte (gefährliche Chemikalien); Sicherheit im Umgang mit gefährlichen Stoffen; Einsatz von Farb- und Bedruckstoffen; Druckvorbereitung und erforderliche Logistik; Herstellung von Kleinstauflagen.

DARSTELLUNG UND KOMPOSITION

Siehe den gleichnamigen Pflichtgegenstand in Stundentafel I.1.

TYPOGRAFIE

Siehe den gleichnamigen Pflichtgegenstand in Stundentafel I.1.

KOMMUNIKATIONSDESIGN

Siehe den gleichnamigen Pflichtgegenstand in Stundentafel I.1 mit folgenden Ergänzungen:

Kompetenzmodul 1:

Bildungs- und Lehraufgabe:

Die Studierenden können im

Bereich Phänomenologie der medialen Vermittlung

- Grundlagen von Kommunikationsaufgabe und -ziel, Recherchertools und Konzepterstellung erläutern und Ergebnisse von Recherchen präsentieren;
- Verfahren der ästhetisch-technischen Analyse von Bildmedien benennen;
- in Recherchen Bildmaterial für Kommunikationsaufgaben zusammenstellen;
- Printmedien hinsichtlich ihrer kommunikativen Funktion einschätzen und im Rückbezug zu ihrem medialen und diskursiven Kontext visuell/narrative Gestaltungsmuster erkennen.

Lehrstoff:

Bereich Phänomenologie der medialen Vermittlung:

Grundlagen von Kommunikationsaufgaben; Methoden der Recherche; Erforschung von Kommunikations- und Medienräumen im Rückbezug zur visuellen Gestaltung; grafische Genres im Kontext von Information, Kommunikation und werblicher Wirkung.

Analyse von fotografischen Stilen, Verfahren und Kontexten hinsichtlich ihrer ästhetischen und kommunikativen Wirkung und Verwendung; Grundlagen der Recherche und des Fotobriefings; Copyright.

Differenz analoger und digitaler Kommunikation; kommunikative Funktion von Printverfahren und -medien.

Kompetenzmodul 2:

Bildungs- und Lehraufgabe:

Die Studierenden können im

Bereich Phänomenologie der medialen Vermittlung

- in der ästhetisch-technischen Analyse von Bildmedien deren bedeutungsrelevanten Aspekt erkennen;
- in Recherchen die Qualität von Bildmaterial für Kommunikationsaufgaben und visuelle Designs einschätzen und diese exemplarisch zusammenstellen;
- Einsatz von Bild-Textkombinationen erkennen und für unterschiedliche mediale Kanäle anwenden;
- Kanäle elektronischer und audiovisueller Medien und deren mediale Grundsettings unterscheiden und aktuelle Entwicklungen in elektronischen Medien einschätzen; Struktur, Gestaltung und Pragmatik zeitgenössischer Kommunikationskanäle einschätzen.

Lehrstoff:

Bereich Phänomenologie der medialen Vermittlung:

Bildanalyse im Zusammenhang mit Kommunikationsaufgaben; Untersuchung von Bild/Textbezügen; Kommunikationstechnik (Argumentation, Präsentation, Präsentationstechniken); Grundlagen und Methoden der Konzepterstellung; Analyse und Einsatz von Bild-Text Kombinationen.

Untersuchung elektronischer Kanäle hinsichtlich ihrer kommunikativen Wirkung; Rückbezug einer Botschaft zum verwendeten Kanal; medientheoretische Grundlagen; soziale Funktion und kommerzieller Gebrauch von elektronischen Medien.

MARKETING UND WERBUNG

Siehe den gleichnamigen Pflichtgegenstand in Stundentafel I.1.

KULTUR- UND DESIGNTHEORIE

Siehe den gleichnamigen Pflichtgegenstand in Stundentafel I.1.

B. Fachtheorie und Fachpraxis

Gemäß Stundentafel I.3.

ENTWURF

Kompetenzmodul 1:

Bildungs- und Lehraufgabe:

Die Studierenden können im

Bereich Editorial Design und Publishing

- kommunikative Anforderungen erkennen, adäquate Lösungen und die Grundlagen in den Bereichen und Ebenen des Editorial Designs und Publishings medienübergreifend beschreiben und anwenden;
- typografische Ordnungen, Informationsvisualisierungen und Informationssysteme für unterschiedliche Medien beschreiben.

Bereich Corporate Design

- Briefing- und Rebriefingprozesse beschreiben;

- Corporate Identity und Corporate Design in vorgegebenen Beispielen anwenden;
- die Gestaltung von Zeichensystemen auf Basis vorgegebener Richtlinien in unterschiedlichen Medien anwenden.

Lehrstoff:

Bereich Editorial Design und Publishing:

Erkennen der kommunikativen Anforderung und Erarbeitung adäquater Umsetzungen; Einführung in die Bereiche und Ebenen von Editorial Design und Publishing.

Typografische Ordnung und Informationsvisualisierung; Informationssysteme; Infografik; Diskursrelationen Text-Bild und Informationsdesign.

Bereich Corporate Design:

Analyse und Umsetzung von Briefing und Rebriefing; Recherche.

Anwendung von Zeichensystemen auf Basis vorgegebener Gestaltungsrichtlinien.

Differenzierung von Print und Screen.

Kompetenzmodul 2:

Bildungs- und Lehraufgabe:

Die Studierenden können im

Bereich Editorial Design und Publishing

- mikro- und makrotypografische Ordnungssysteme wie Hierarchien, Auszeichnungen, Rastersysteme und Dramaturgien analysieren und medienspezifisch einsetzen;
- Informationsdesign analysieren und Darstellungssysteme auf Daten anwenden.

Bereich Corporate Design

- die Entwicklung von Gestaltobjekten der Imagebildung und Umsetzung konsistenter Gestaltungsansätze in Corporate Design-Projekten sowie Auseinandersetzung mit Marken und Markenentwicklungen beschreiben und diese medienübergreifend anwenden.

Lehrstoff:

Bereich Editorial Design und Publishing:

mikro- und makrotypografische Ordnungssysteme in unterschiedlichen Medien und Mediendramaturgien.

Grundlagen des Informationsdesigns.

Bereich Corporate Design:

Anwendung geeigneter Analyse- und Recherchemethoden für das Marktumfeld eines Unternehmens bzw. einer Institution.

Gestaltobjekte der Imagebildung und Umsetzung konsistenter Gestaltungsansätze in Corporate-Design-Projekten; Auseinandersetzung mit Marken und Markenentwicklung im medienübergreifenden Kontext.

Kompetenzmodul 3:

Bildungs- und Lehraufgabe:

Die Studierenden können im

Bereich Editorial Design und Publishing

- Gestaltungen mit steigender Komplexität und Heterogenität (in Bezug auf semiotische, ästhetische, technische, pragmatische Parameter) analysieren und entwickeln;
- die Bedeutung, Relevanz und Beziehung unterschiedlicher Informationen in Bezug auf die Kommunikationsleistung bzw. die Entwicklung komplexer Informationsgrafiken erkennen und diese analysieren und ausführen.

Bereich Corporate Design

- die Gestaltung komplexer multifunktionaler Corporate Design-Projekte beschreiben, anwenden, analysieren und medienübergreifend ausführen;
- die Analyse von Leitbildern bzw. der gegebenen Kommunikationsaufgaben, die Planung, die Konzeption und Realisierung von komplexen Corporate Design-Aufgaben inklusive Recherche beschreiben und diese anwenden und ausführen.

Bereich Werbung

- Entwürfe im Bereich der Marken- und Werbekommunikation in und mit unterschiedlichen Medien analysieren, konzipieren und realisieren;
- Kampagnen (von der Marktanalyse, Zielformulierung, Konzeption und Gestaltung bis zur adäquaten Präsentation und Dokumentation) beschreiben und exemplarisch anwenden.

Lehrstoff:

Bereich Editorial Design und Publishing:

Unterscheidung zwischen ästhetischem, semiologischem und technologischem Urteil; exemplarische Zugangsweisen zu Gestaltungsaufgaben mit steigender Komplexität und Heterogenität; Bedeutung, Relevanz und Beziehung unterschiedlicher Informationen in Bezug auf die Kommunikationsleistung.

Entwicklung komplexer Informationsgrafiken.

Bereich Corporate Design:

Gestaltung komplexer multifunktionaler, medienübergreifender Corporate Design-Projekte; Neugestaltung und Re-Design; Designstrategien der Markenkommunikation; Gestaltung von Corporate Design-Lösungen auch im dreidimensionalen Raum.

Analyse von Leitbildern bzw. der gegebenen Kommunikationsaufgaben; Planung, Konzeption und Realisierung von komplexen Corporate Design-Aufgaben inklusive Recherche.

Bereich Werbung:

Umgang mit Markenbotschaften und Werbetexten; Gestaltung vernetzter, medienkonvergenter Werbeaufgaben, Konzeption und Realisierung von Entwürfen im Bereich der Markenkommunikation in und mit unterschiedlichen Medien.

Entwicklung marktgerechter Kampagnen (von der Marktanalyse, Zielformulierung, Konzeption und Gestaltung bis zur adäquaten Präsentation und Dokumentation).

Kompetenzmodul 4:

Bildungs- und Lehraufgabe:

Die Studierenden können im

Bereich Editorial Design und Publishing

- projektorientierte, auf die Kommunikationslösung ausgerichtete Entwurfsprozesse (mit Zielformulierung, Recherche und mediengerechte und -konvergente Umsetzung) beschreiben und diese analysieren, entwickeln und anwenden.

Bereich Corporate Design

- die Notwendigkeit eines Soll-Ist-Vergleichs, geeigneter Präsentation und Dokumentation, der Verdichtung konzeptioneller Ideen, sowie der Markenentwicklung auf Basis der Formulierung eines Kerngedankens und der Umsetzung detaillierter Corporate Design-Manuals beschreiben und diese anwenden und entwickeln.

Bereich Werbung

- marktgerechte Kampagnen (von der Marktanalyse, Zielformulierung, Konzeption und Gestaltung bis zur adäquaten Präsentation und Dokumentation) unter Einbeziehung und Intensivierung medialer bzw. werblicher Kanäle für Kampagnen zielgerichtet entwickeln.

Lehrstoff:

Bereich Editorial Design und Publishing:

Projektorientierte, auf die Kommunikationslösung ausgerichtete Entwurfsprozesse (mit Zielformulierung, Recherche und mediengerechter und -konvergenter Umsetzung); Entwicklung eigenständiger Entwurfsstrategien im Zusammenhang mit Methoden quantitativer und qualitativer Zielformulierungen; Analyse und Argumentation der Ergebnisse unter semiotischen Aspekten.

Bereich Corporate Design:

Soll-Ist-Vergleich, geeignete Präsentation und Dokumentation; Verdichtung konzeptioneller Ideen, Markenentwicklung auf Basis der Formulierung eines Kerngedankens; Umsetzung detaillierter Corporate Design-Manuals; Grundlagen des Projektmanagements; Entwicklung von Entwurfskriterien; Projektkalkulation.

Bereich Werbung:

Zielgerichtete Einbeziehung aller medialen bzw. werblichen Kanäle in Kampagnen; Präsentation von werblichen Konzepten.

MEDIEN TECHNOLOGIE UND ANGEWANDTE INFORMATIK

Bildungs- und Lehraufgabe aller Bereiche:

Die Studierenden können

- die im jeweiligen Bereich gebräuchlichen Werk- und Hilfsstoffe, Geräte sowie die Arbeitsmethoden gemäß den einschlägigen Regelwerken erläutern;
- die jeweils adäquaten Software-Werkzeuge und die damit verbundenen Formate benennen bzw. anwenden und den Transfer der einschlägigen Formate in den Produktions-Workflow durchführen;
- die Anordnungen der Sicherheitsunterweisung und Einschulung berücksichtigen.

Lehrstoff:

Laborbetrieb und Laborordnung; Sicherheitsunterweisung, Einschulung, Qualitätsprüfung und Qualitätssicherung, Instandhaltung, Recycling; Datenhandling und -formate.

Kompetenzmodul 1:

Bildungs- und Lehraufgabe:

Die Studierenden können im

Bereich Printbasierte Technologien

- Verfahren benennen, um Bilddaten zu bearbeiten;
- Layouts nach standardisierten Verfahren erstellen, einrichten und mit Objekten bestücken;
- einfache Vektorobjekte als eigenständige Illustrationen, sowie als Layoutobjekte erstellen und handhaben.

Lehrstoff:

Bereich Printbasierte Technologien:

Eigenschaften und Bearbeitung unterschiedlicher Bilddaten; Erstellung und Definition von Vektordateien; Erstellen von Layoutobjekten und -daten.

Kompetenzmodul 2:

Bildungs- und Lehraufgabe:

Die Studierenden können im

Bereich Screenbasierte Technologien

- grundlegende Techniken zur Erstellung von screenbasierten Medien benennen und anwenden.

Lehrstoff:

Bereich Screenbasierte Technologien:

- Techniken zur Be-, Ver- und Nachbearbeitung von Inhalten.

Kompetenzmodul 3:

Bildungs- und Lehraufgabe:

Die Studierenden können im

Bereich Screenbasierte Technologien

- Techniken zur Erstellung, Be-, Ver- und Nachbearbeitung von Inhalten anwenden.

Bereich Bilderfassung und -bearbeitung

- Grundlegende technische Aspekte der Bilderfassung und -bearbeitung in Wechselbeziehung zu Bildgestaltung und Bildaussage anwenden.

Bereich Drucktechnik und -labor

- Druckverfahren und deren Abläufe anwenden, sowie unterschiedliche Techniken der Produktion benennen;
- den Umgang mit gefährlichen Stoffen, Werkzeugen und Produktionstechniken benennen;
- Druckformenherstellung und der Erstellung von Kleinauflagen benennen.

Lehrstoff:

Bereich Screenbasierte Technologien:

Layout- und Interaktionstechniken; Workflow von Konzeption, Planung und Entwurf.

Bereich Bilderfassung und -bearbeitung:

Techniken der Bilderfassung und -bearbeitung in Wechselbeziehung zur Aussage.

Bereich Drucktechnik und –labor:

Druckverfahren und Abläufe; Materialkunde; Spezifika des Packaging-Designs.

Sicherheit im Umgang mit gefährlichen Stoffen: Ökologie und Nachhaltigkeit.

Techniken der Druckformenherstellung; Erstellung von Kleinauflagen.

Kompetenzmodul 4:

Bildungs- und Lehraufgabe:

Die Studierenden können im

Bereich Screenbasierte Technologien

- Techniken zur Erstellung, Be-, Ver- und Nachbearbeitung von Inhalten auf Prototypen anwenden.

Bereich Bilderfassung und -bearbeitung

- Fortgeschrittene technische Aspekte der Bilderfassung und -bearbeitung in Wechselbeziehung zu Bildgestaltung und Bildaussage anwenden.

Bereich Drucktechnik und -labor

- unterschiedliche Druckverfahren hinsichtlich adäquater Qualitätsstandards anwenden;
- den Umgang mit gefährlichen Stoffen, Werkzeugen und Produktionstechniken handhaben;
- Techniken der Veredelung und Endfertigung benennen.

Lehrstoff:

Bereich Screenbasierte Technologien:

Fortgeschrittene Layout- und Interaktionstechniken; Prototyp, Präsentation und Reinzeichnung.

Bereich Bilderfassung und -bearbeitung:

Fortgeschrittene Techniken der Bilderfassung und –bearbeitung.

Bereich Drucktechnik und –labor:

Qualitätssicherung bei Druckverfahren und Abläufen; Druckformenherstellung und Kleinstauflagen in entsprechenden Drucktechniken.

Sicherheit im Umgang mit gefährlichen Stoffen; Ökologie und Nachhaltigkeit.

Materialkunde und Bedruckstoffe; Veredelung und Endfertigung; Producing; Spezifika des Packaging-Designs.

Kompetenzmodul 5:

Bildungs- und Lehraufgabe:

Die Studierenden können im

Bereich Printbasierte Technologien

- adäquate Methoden einsetzen, um computergestützte Entwürfe zu präsentieren bzw. für die Produktion technisch korrekt aufzubereiten.

Bereich Screenbasierte Technologien

- Anwendungen entwickeln und geeignete Werkzeuge zu deren Erstellung und Bearbeitung anwenden;
- die Herstellung und Anwendung von verschiedenen Medientypen nach Analyse des Kommunikationsauftrages benennen.

Bereich Drucktechnik und –labor

- spezifische Techniken und Materialien im Druck anwenden;
- Kleinstauflagen in der entsprechenden Drucktechnik herstellen;

- relevante Endverarbeitungsprozesse benennen und die für den Druck notwendige Logistik entwickeln.

Lehrstoff:

Bereich Printbasierte Technologien:

Computergestützte Präsentationstechniken; Workflow vom Entwurf bis zur digitalen Reinzeichnung für unterschiedliche Druckprozesse; Produktionssichere Definition von Aufträgen für die Druckvorstufe.

Bereich Screenbasierte Technologien:

Vertiefung der Layout- und Interaktionstechniken; Grundlagen des Content-Managements; Darstellungsformen und Funktionsanalysen; Datenformate und deren Erstellung.

Bereich Drucktechnik und -labor:

Einsatz von Farb- und Bedruckstoffen.

Herstellung von Kleinstauflagen; Gerätehandhabung.

Kompetenzmodul 6:

Bildungs- und Lehraufgabe:

Die Studierenden können im

Bereich Printbasierte Technologien

- Projekte digital reinzeichnen, produktionssicher aufbereiten und Qualitätskriterien anwenden.

Bereich Screenbasierte Technologien

- Anwendungen für die Produktion adäquat aufbereiten;
- verschiedene Medientypen nach Analyse des Kommunikationsauftrages entwickeln.

Bereich Drucktechnik und -labor

- spezifische Techniken und Materialien im Druck anwenden;
- relevante Endverarbeitungsprozesse nennen;
- Print-Technologien sicher anwenden und die für den Druck notwendige Logistik entwickeln.

Lehrstoff:

Bereich Printbasierte Technologien:

Workflow vom Entwurf bis zur digitalen Reinzeichnung für unterschiedliche Druckprozesse; Produktionssichere Definition von Aufträgen für die Druckvorstufe.

Bereich Screenbasierte Technologien:

Vertiefung der Layout- und Interaktionstechniken; Contentmanagement; Darstellungsformen und Funktionsanalysen; Finishing von Projekten.

Bereich Drucktechnik – und labor:

Einsatz von Farb- und Bedruckstoffen, Herstellung von Kleinstauflagen/Proof; Gerätehandhabung;

Fortgeschrittene Bildtechnologie; Auflagenherstellung, End- und Weiterverarbeitung, Veredelung; Qualitätsmanagement und Drucküberwachung.

DARSTELLUNG UND KOMPOSITION

Kompetenzmodul 1:

Bildungs- und Lehraufgabe:

Die Studierenden können im

Bereich Darstellung und Komposition

- Verständnis, Empfindung, Interpretation von Farbe, Textur, Kontur, Raum und Form sowie Rhythmus, Größenordnung, Balance anwenden;
- prinzipielle gestalterische Ordnungsprinzipien (ästhetische Organisation) anwenden.

Bereich Grundlagen

- grundlegende bereichsübergreifende Anwendungen, die Abgrenzung des Begriffsumfelds Design, Layout, Gestaltung, Entwurf und deren mediale Vermittlung beschreiben und anwenden;

- die Grundlagen der gestalterischen Methoden und Wechselbeziehung zwischen handwerklichen Fähigkeiten und medialen Bedingungen beschreiben;
- die wichtigsten Parameter und Hintergründe einer Projektplanung einschätzen und Präsentationen als Kommunikationsmittel einsetzen.
- die Herkunft und Zweck grafischer Zeichen als identitätstiftendes Kommunikationsmittel im Zusammenhang mit Corporate Designs erkennen und anwenden.
- Beispiele aus der Praxis der Werbekommunikation benennen.

Lehrstoff:

Bereich Darstellung und Komposition:

Farbmodelle; Oberfläche, Textur und Patina, Darstellungsmöglichkeiten und Einsatz.

Format und Arrangement: Proportion, Maßsysteme, Statik/Dynamik, Gewicht als Parameter der Gestaltung.

Bereich Grundlagen:

Abgrenzung des Begriffsumfelds Design / Layout / Gestaltung / Entwurf / mediale Vermittlung.

Anwendungsfelder; Fachrhetorik; Verständnis, Empfindung, Interpretation von Farbe, Textur, Kontur, Raum und Form sowie Rhythmus, Größenordnung, Balance; Einführung in die gestalterischen Methoden – Wechselbeziehung zwischen handwerklichen Fähigkeiten und medialen Bedingungen.

Ziel, Aufgabe, Briefing, Recherche, Re-Briefing, das Exposé und Präsentation.

Grundlagen des Corporate Design, Gestaltung grafischer Zeichen (Wortmarke, Bildmarke, Wort-Bildmarke).

Auseinandersetzung mit Beispielen aus der Praxis der Werbekommunikation.

Kompetenzmodul 2:

Bildungs- und Lehraufgabe:

Die Studierenden können im

Bereich Darstellung und Komposition

- Abstraktionen als Mittel für Analysen und Entwürfe einsetzen;
- das Verhältnis von impliziten und expliziten Codierungen einschätzen.

Bereich Grundlagen

- analoge Methoden des Vorentwurfs und den Umgang mit handwerklichen analogen Entwurfsmaterialien benennen;
- die Mittel und Methoden des Entwurfsprozesses sowie die Verbindung von spielerisch experimentellen Umsetzungsformen beschreiben und können sowohl problemlösungsorientierte Entwürfe als auch strategisch assoziative Gestaltungen nach Vorgabe ausführen.
- grafische Zeichen und visuelle Konzepte aufgabenorientiert anwenden.
- Beispiele aus der Praxis der Werbekommunikation beschreiben und in ihren Grundzügen analysieren;
- werbliche Bild-Textkombinationen anwenden.

Lehrstoff:

Bereich Darstellung und Komposition:

Konkretisierung und Abstraktion als Mittel der Darstellung und Codierung.

Bereich Grundlagen:

analoge Methoden des Vorentwurfs; Umgang mit analogen handwerklichen Entwurfsmaterialien; Grundlagen von Entwurfsprozessen.

Mittel und Methoden des Entwurfsprozesses; strategisch-assoziative Gestaltungsaufgaben.

Verbindung von spielerisch-experimentellen Umsetzungsformen und problemlösungsorientierten Entwurfsaufgaben.

Erweiterte Gestaltung grafischer Zeichen und visueller Umgebungen im Rahmen von Corporate Designs

Vertiefte Auseinandersetzung mit Beispielen aus der Praxis der Werbekommunikation; Grundlagen des Bild-Textverhältnisses.

TYPOGRAFIE

Kompetenzmodul 1:

Bildungs- und Lehraufgabe:

Die Studierenden können im

Bereich Typografische Grundlagen und Gestaltung

- den Arbeitsablauf digitaler Produktion für Print und Screen beschreiben und kennen deren unterschiedliche Rezeptionskontexte einbeziehen.

Bereich Typografische Konzeption

- typografische Ausdrucksmittel benennen und diese in Inhalten erkennen, um unterschiedliche Wirkungen zu verstehen.

Lehrstoff:

Bereich Typografische Grundlagen und Gestaltung:

Workflows digitaler Produktion; Schnittstelle Print/Screen.

Bereich Typografische Konzeption:

Schrift als ästhetische Form; Schrift zwischen Information und Emotion; avantgardistische und experimentelle Typografie; Regelkonforme Anwendungen und bewusste Regelverstöße in komplexen typografischen Kommunikationsaufgaben; vertiefende Schriftgeschichte; Medialität und Materialität von Kommunikation; Anwendung unterschiedlicher Schriftstile mit üblicher und unüblicher Wirkung.

Kompetenzmodul 2:

Bildungs- und Lehraufgabe:

Die Studierenden können im

Bereich Typografische Konzeption

- Schrift in Kombination mit Bildsprache und Informationsgrafik als wesentliches Medium visueller Kommunikation erkennen;
- mikro- und makrotypografische Gesetzmäßigkeiten im Kommunikationsdesign unterscheiden;
- Schriftformate als an Codierung und Software gebundenes Material beschreiben.

Lehrstoff:

Bereich Typografische Konzeption:

Typografische Gestaltungen; Schriften mischen; semantisch entsprechende Schriftwahl; Kommunikationsaufgaben in unterschiedlichen Dimensionen und Medien; typografische Aspekte der Infografik; zeitgebundene typografische Stile; Schriftgeschichte und ihre gesellschaftlichen Folgen in Bezug auf Technik.

Politik und Weltbild.

Mikro- und Makrotypografie; Verständnis von Schrift als historisches Kulturgut; aktuelle Phänomene in ihrem technischen Umfeld; Font-Formate; technische Anwendungen.

Kompetenzmodul 3:

Bildungs- und Lehraufgabe:

Die Studierenden können im

Bereich Typografische Konzeption

- typografische Ausdrucksmittel für unterschiedliche soziokulturelle Bereiche beschreiben und durch Kenntnis typografischer Wirkungsgeschichte Typografie als Dispositiv erkennen;
- für angewandte Kommunikationsaufgaben das Regelwerk anwenden und innovative Formen erkennen.

Lehrstoff:

Bereich Typografische Konzeption:

Typografie zwischen intendierter Wirkung und zielgruppengemäßer Konzeption; Erweiterung typografischer Ausdrucksformen.

Kompetenzmodul 4:

Bildungs- und Lehraufgabe:

Die Studierenden können im
Bereich **Typografische Konzeption**
– Schrift als Mittel zur Schaffung von Identität erkennen und in ausgesuchten Aufgabenstellungen anwenden.

Lehrstoff:

Bereich **Typografische Konzeption:**

Wertschöpfung durch Typografie und deren Positionierung am Markt; Auseinandersetzung mit Gestaltungsstilen; Stilgeschichte als Ausdruck von Weltbildern; Argumentation von Schriftwahl und Gestaltung; Schriftlizenzen, Schriftmarkt.

KOMMUNIKATIONSDESIGN

Kompetenzmodul 1:

Bildungs- und Lehraufgabe:

Die Studierenden können im
Bereich **Phänomenologie der medialen Vermittlung**
– Grundlagen von Kommunikationsaufgabe und -ziel, Recherchertools und Konzepterstellung erläutern und Ergebnisse von Recherchen präsentieren;
– Verfahren der ästhetisch-technischen Analyse von Bildmedien benennen.

Lehrstoff:

Bereich **Phänomenologie der medialen Vermittlung:**

Grundlagen von Kommunikationsaufgaben; Methoden der Recherche; Erforschung von Kommunikations- und Medienräumen im Rückbezug zur visuellen Gestaltung; grafische Genres im Kontext von Information, Kommunikation und werblicher Wirkung.

Analyse von fotografischen Stilen, Verfahren und Kontexten hinsichtlich ihrer ästhetischen und kommunikativen Wirkung und Verwendung.

Kompetenzmodul 2:

Bildungs- und Lehraufgabe:

Die Studierenden können im
Bereich **Phänomenologie der medialen Vermittlung**
– in der ästhetisch-technischen Analyse von Bildmedien deren bedeutungsrelevanten Aspekt erkennen;
– in Recherchen die Qualität von Bildmaterial für Kommunikationsaufgaben und visuelle Designs einschätzen und dieses exemplarisch zusammenstellen;
– Einsatz von Bild-Textkombinationen erkennen und für unterschiedliche mediale Kanäle anwenden.

Lehrstoff:

Bereich **Phänomenologie der medialen Vermittlung:**

Bildanalyse im Zusammenhang mit Kommunikationsaufgaben; Untersuchung von Bild/Textbezügen; Kommunikationstechnik (Argumentation, Präsentation, Präsentationstechniken); Grundlagen und Methoden der Konzepterstellung; Analyse und Einsatz von Bild-Text-Kombinationen.

Kompetenzmodul 3:

Bildungs- und Lehraufgabe:

Die Studierenden können im
Bereich **Theorie und Praxis von Design und Kommunikation**
– zentrale Begriffe der Semiotik, im Besonderen der Bild- und Mediensemiotik erläutern;
– Zeichenprozesse in Rückbezug zur individuellen wie kulturellen Wirkung visueller Kommunikation einschätzen.

Lehrstoff:

Bereich Theorie und Praxis von Design und Kommunikation:

Grundlagen und Grundbegriffe der Semiotik; Zeichen und Zeichenprozesse im visuellen Gestaltungsprozess.

Codierung, Decodierung, Analyse von Codierungsverfahren; Eingriff in die Bedeutung durch Verschiebung und Verdichtung.

Kompetenzmodul 4:

Bildungs- und Lehraufgabe:

Die Studierenden können im

Bereich Theorie und Praxis von Design und Kommunikation

- Modelle der Kommunikations- und Wahrnehmungstheorie erläutern;
- Kommunikationsdesigns auf ihre Wirkung hin beurteilen und Designentscheidungen erläutern.

Lehrstoff:

Bereich Theorie und Praxis von Design und Kommunikation:

Grundlegende Kommunikationsmodelle und die Funktionen von Kommunikation; kommunikationstheoretische Aspekte von Gestaltung; Grundlagen physischer, kognitiver, psychologischer und kultureller Wahrnehmung und Bedeutungserzeugung; narrative Kommunikationsfiguren und diskursgebundene Zeichenprozesse.

Funktion sprachlicher Ordnung; semiotische Aspekte von Gestaltung; Differenz von sprachlicher, bildlicher, audiovisueller und interaktiver Vermittlung.

Kompetenzmodul 5:

Bildungs- und Lehraufgabe:

Die Studierenden können im

Bereich Theorie und Praxis von Design und Kommunikation

- grundlegende Theorien der Wirkung von Kommunikation benennen;
- die Transformation der Bedeutung einer Botschaft in medienübergreifenden Prozessen erkennen und anwenden;
- unterschiedliche Kanäle elektronischer und audiovisueller Medien auf ihren Gebrauch bzw. ihre visuelle Gestaltung beziehen und konzeptionelle Überlegungen entwickeln;
- aus der kommunikativen Wirkung unterschiedlicher Medien konzeptionelle Designentscheidungen ableiten.

Lehrstoff:

Bereich Theorie und Praxis von Design und Kommunikation:

Psychoanalytische Modelle zur Konstruktion von Körper, Begehren, Identität, Wahrnehmung und Bedeutung; Analyse von Transferprozessen von Kommunikation zur Gestaltung.

Grundlagen medial vermittelter Kommunikation; mediendispositive und mediale Transferverfahren.

Bedeutungstiftung, kulturelle Zeichenanalyse, mythische und narrative Zeichenprozesse.

Grundlagen der visuellen Gestaltung bzw. Gestaltungsphänomene von Design in den verschiedenen medialen Endformaten; Diskursrelationen von Ton, Schrift, Bild, Bewegung, Interaktion, Immersion und Raum in elektronischen Medien; Grundlagen der audiovisuellen Rhetorik und Dramaturgie; zeitgenössische Phänomene medialer Kommunikation und deren Anwendung.

Kompetenzmodul 6:

Bildungs- und Lehraufgabe:

Die Studierenden können im

Bereich Theorie und Praxis von Design und Kommunikation

- Kommunikationsaufgaben analysieren, Konzepte entwickeln und Designentscheidungen argumentieren;
- Designentwicklungen im Rückbezug zu ihrer sozialen Funktion benennen und deren gesellschaftlichen Auswirkungen einschätzen;

- Designs auf ihre kommunikative Wirkung hin analysieren und können Designentscheidungen argumentieren.

Lehrstoff:

Bereich Theorie und Praxis von Design und Kommunikation:

Design als Ausdruck kultureller und kulturell unbewusster Prozesse; Diskursanalyse und strukturalistischer Zugang zu Kommunikation und Design; Gestaltung und Wahrnehmung als diskursiver Prozess; Wechselwirkung von Design zu ökonomischen, soziokulturellen und technischen Entwicklungen, Bedingungen und Interessen; Analyse von Designs und Argumentation von Designentscheidungen.

MARKETING UND WERBUNG

Kompetenzmodul 1:

Bildungs- und Lehraufgabe:

Die Studierenden können

- die Grundlagen, Mechanismen und Phänomene werblicher Kommunikation verstehen;
- grundlegende Begriffe des Marketings benennen, verstehen die Kommunikationsziele von Unternehmen/Organisationen und die Terminologie eines Marketingkonzepts verstehen;
- die wichtigsten relevanten Analysetools zur Datenerhebung und zum Monitoring der am Marketing beteiligten Prozesse benennen und verstehen.

Lehrstoff:

Grundlagen und Trends im Marketing, Marketingplanung: Marktanalyse, Marktsegmentierung, Marketingziele; Marktbearbeitungsstrategien, Produkt- und Sortimentspolitik, Preispolitik, Distributionspolitik, Kommunikationspolitik; Überblick über zeitgenössische Analysetools zur Datenerhebung.

Kompetenzmodul 2:

Bildungs- und Lehraufgabe:

Die Studierenden können

- die Grundlagen werblicher Kommunikation, Erfolgskriterien für effizientes werbliches Kommunizieren verstehen und Kommunikationskonzepte in ihrer Bedeutung erfassen;
- die Wirkung von Werbe- und Markenbotschaften erkennen;
- die Instrumentarien der Zielgruppenorientierung zur Optimierung der Kommunikationseffizienz benennen und verstehen und dieses Wissen in ihren Konzepten anwenden.

Lehrstoff:

Grundlagen der Werbung; Werbeformen: Klassische Werbung, Bedeutung der Kampagne, neue Werbeformen; Beispiele aus Print, TV- und Onlinewerbung; Methoden zeitgenössischer Werbeformen; Grundlagen von Öffentlichkeitsarbeit und Public Relations; konzeptionelle Unterschiede von Online- und Offline-Werbeformen; praxisbezogener Überblick über die Kreativbranche.

Kompetenzmodul 3:

Bildungs- und Lehraufgabe:

Die Studierenden können

- den Markt, die Zielgruppen und Mitbewerber eines potenziellen Auftraggebers analysieren und daraus Schlüsse für eine Strategie ableiten;
- unterschiedliche Medienkanäle, deren Besonderheiten, Möglichkeiten und Grenzen in Bezug auf ihre werbliche Wirkung benennen.

Lehrstoff:

Werbplanung: Erfolgskriterien von Werbung, Werbeziele, Werbestrategie, Werbemittel und Werbeträger; Werbebudget, Medien und Mediaplanung; Maßnahmen abseits klassischer Medien. Marktforschung: Methoden, Werbewirkungsforschung, Werbeträgerforschung. Ethische und rechtliche Grenzen der Werbung.

Kompetenzmodul 4:

Bildungs- und Lehraufgabe:

Die Studierenden können

- die Grundlagen von Kommunikationskonzepten, Mediaplanung und Kreativitätstechniken anwenden;
- für Aufgaben unterschiedliche konzeptionelle Überlegungen entwickeln.

Lehrstoff:

Werbepsychologie; Wahrnehmung und Werbewirkung; Kreativtechniken; Grundlagen von Marketing- und Werbekonzepten; Wirkung von Text, Bild, bewegtes Bild und Storytelling; Differenz von Marken-, Image- und Werbekampagne.

KULTUR- UND DESIGNTHEORIE

Kompetenzmodul 1:

Bildungs- und Lehraufgabe:

Die Studierenden können

Bereich Kultur- und Designgeschichte

- signifikante Merkmale ausgewählter Epochen erkennen und unterscheiden;
- die Unterschiede zwischen Design und Kunst formulieren und anhand verschiedener formaltechnischer Ausdrucksformen erläutern, sowie auf soziokulturelle Phänomene rückbeziehen.

Lehrstoff:

Bereich Kultur- und Designgeschichte:

Europäische Epochen; Methoden der Betrachtung und Aneignung wesentlicher Fachtermini.

Modelle der Analyse; Form- und Stilmerkmale; formale Entwicklungen in Abhängigkeit von Technologie, Wirtschaft und Gesellschaft; Funktionen der Kunst, Funktionen von Design und ihre Konsequenzen für die Erscheinungsformen.

Zielgerichtete Analyse diverser Beispiele aus Design und Kunst; soziokulturelle Einflüsse.

Kompetenzmodul 2:

Bildungs- und Lehraufgabe:

Die Studierenden können im

Bereich Kultur- und Designgeschichte

- Merkmale ausgewählter stilistischer Richtungen erkennen und beschreiben;
- Werkzeuge und Termini der Analyse von Design und Kunst sinngemäß anwenden, sowie soziokulturelle Bedingungen von Designentwicklungen benennen.

Lehrstoff:

Bereich Kultur- und Designgeschichte:

Ausgewählte Beispiele von Kunst bzw. Design; programmatische und kulturspezifische Bedingungen, Verknüpfungen, Bildsprachen und Stile.

Stilpluralismen; Interdependenz von Design und soziokulturellen Bedingungen; Design und Kunst als System(e) im gegenwärtigen gesellschaftlichen Kontext; Thematisierung divergierender Produktions- und Rezeptionsmodelle von Kunst, Design und Alltagskultur.

Zielgerichtete Analyse diverser Beispiele aus Design und Kunst.

B. Fachtheorie und Fachpraxis

Gemäß Studentafel I.4.

ENTWURF

Kompetenzmodul 1:

Bildungs- und Lehraufgabe:

Die Studierenden können im

Bereich Typografische Grundlagen und Gestaltung

- Grundlagen typografischen Gestaltens beschreiben und diese anwenden.

Bereich Editorial Design und Publishing

- die Grundlagen der Wechselwirkung von Text und Bild erkennen;
- kommunikative Anforderungen erkennen, adäquate Lösungen und die Grundlagen in den Bereichen und Ebenen des Editorial Designs und Publishings anwenden.

Lehrstoff:

Bereich Typografische Grundlagen und Gestaltung:

Fachterminologie; Grundlagen der Schriftgeschichte; Lesen als physiologischer und kognitiver Prozess; kulturelle Felder ›Schrift‹ und ›Lesen‹ und ihr Einfluss auf Kommunikationsprozesse; Lesevorgang in analogen und digitalen Medien; Analyse von Textsorten hinsichtlich ihrer kommunikativen Aufgaben.

Bereich Editorial Design und Publishing:

Kennenlernen und Sensibilisierung für die Wechselwirkung von Text und Bild.

Erkennen der kommunikativen Anforderung und Erarbeitung adäquater Umsetzungen; Einführung in die Bereiche und Ebenen von Editorial Design und Publishing.

Kompetenzmodul 2:

Bildungs- und Lehraufgabe:

Die Studierenden können im

Bereich Typografische Grundlagen und Gestaltung

- das Regelwerk typografischen Gestaltens in Bezug auf kommunikative Erfordernisse anwenden;
- Typografie als Ordnungssystem für Inhalte erkennen und als Schnittstelle zwischen Information und Verständnis anwenden.

Bereich Editorial Design und Publishing

- Typografische Ordnungen, Informationsvisualisierungen und Informationssysteme anwenden, Fallbeispiele ausführen und einfache Informationsdesigns anwenden.

Lehrstoff:

Bereich Typografische Grundlagen und Gestaltung:

Erweiterte Fachterminologie; Erstellung kommunikativer Textsorten; Analyse von Textsorten hinsichtlich ihrer Beziehung zwischen Gestaltung und Wirkung; Verbesserung fehlerhaft kommunizierender Textsorten.

Typografische Gesetzmäßigkeiten und ihre Wirkung auf die Rezeption eines Inhalts.

Bereich Editorial Design und Publishing:

Typografische Ordnung und Informationsvisualisierung; Informationssysteme; Infografik; Diskursrelationen Text-Bild und Informationsdesign.

Fallbeispiele; Erstellen einfacher Informationsdesigns.

Kompetenzmodul 3:

Bildungs- und Lehraufgabe:

Die Studierenden können im

Bereich Werbung

- Lösungen auf Grund von Kommunikationsaufgaben im Bereich der Werbekommunikation anwenden.

Bereich Editorial Design und Publishing

- kommunikative Anforderungen erkennen, adäquate Lösungen und die Grundlagen in den Bereichen und Ebenen des Editorial Designs und Publishings medienübergreifend beschreiben und anwenden;
- typografische Ordnungen, Informationsvisualisierungen und Informationssysteme für unterschiedliche Medien beschreiben.

Bereich Corporate Design

- Briefing- und Rebriefingprozesse beschreiben;

- Corporate Identity und Corporate Design in vorgegebenen Beispielen anwenden;
- die Gestaltung von Zeichensystemen auf Basis vorgegebener Richtlinien in unterschiedlichen Medien anwenden.

Lehrstoff:

Bereich Werbung:

Kommunikationsaufgabe, Bildästhetik, Textästhetik, Medienästhetik im Bereich Werbekommunikation.

Bereich Editorial Design und Publishing:

Erkennen der kommunikativen Anforderung und Erarbeitung adäquater Umsetzungen; Einführung in die Bereiche und Ebenen von Editorial Design und Publishing.

Typografische Ordnung und Informationsvisualisierung; Informationssysteme; Infografik; Diskursrelationen Text-Bild und Informationsdesign.

Bereich Corporate Design:

Analyse und Umsetzung von Briefing und Rebriefing; Recherche. Anwendung von Zeichensystemen auf Basis vorgegebener Gestaltungsrichtlinien. Differenzierung von Print und Screen.

Kompetenzmodul 4:

Bildungs- und Lehraufgabe:

Die Studierenden können im

Bereich Werbung

- die Grundlagen der Analyse von Zielgruppen und Mitbewerbern der Werbekommunikation in unterschiedlichen Medien beschreiben;
- Entwürfe zu vernetzten, crossmedialen Problemstellungen ausführen und präsentationsreife Kommunikationslösungen erstellen.

Bereich Editorial Design und Publishing

- mikro- und makrotypografische Ordnungssysteme wie Hierarchien, Auszeichnungen, Rastersysteme und Dramaturgien analysieren und medienpezifisch einsetzen;
- Informationsdesign analysieren und Darstellungssysteme auf Daten anwenden.

Bereich Corporate Design

- die Entwicklung von Gestaltobjekten der Imagebildung und Umsetzung konsistenter Gestaltungsansätze in Corporate Design-Projekten sowie Auseinandersetzung mit Marken und Markenentwicklungen beschreiben und diese medienübergreifend anwenden.

Lehrstoff:

Bereich Werbung:

Einführung in die Analyse von Zielgruppen und Mitbewerbern; Werbekommunikation in unterschiedlichen Medien.

Vernetzte, crossmediale Werbeaufgaben; Grundlagen der Präsentation.

Bereich Editorial Design und Publishing:

mikro- und makrotypografische Ordnungssysteme in unterschiedlichen Medien und Mediendramaturgien.

Grundlagen des Informationsdesigns.

Bereich Corporate Design:

Anwendung geeigneter Analyse- und Recherchemethoden für das Marktumfeld eines Unternehmens bzw. einer Institution.

Gestaltobjekte der Imagebildung und Umsetzung konsistenter Gestaltungsansätze in Corporate-Design-Projekten; Auseinandersetzung mit Marken und Markenentwicklung im medienübergreifenden Kontext.

Kompetenzmodul 5:

Bildungs- und Lehraufgabe:

Die Studierenden können im

Bereich Editorial Design und Publishing

- Gestaltungen mit steigender Komplexität und Heterogenität (in Bezug auf semiotische, ästhetische, technische, pragmatische Parameter) analysieren und entwickeln;
- die Bedeutung, Relevanz und Beziehung unterschiedlicher Informationen in Bezug auf die Kommunikationsleistung bzw. die Entwicklung komplexer Informationsgrafiken erkennen und diese analysieren und ausführen.

Bereich Corporate Design

- die Gestaltung komplexer multifunktionaler Corporate Design-Projekte beschreiben, anwenden, analysieren und medienübergreifend ausführen;
- die Analyse von Leitbildern bzw. der gegebenen Kommunikationsaufgaben, die Planung, die Konzeption und Realisierung von komplexen Corporate Design-Aufgaben inklusive Recherche beschreiben und diese anwenden und ausführen.

Bereich Werbung

- Entwürfe im Bereich der Marken- und Werbekommunikation in und mit unterschiedlichen Medien analysieren, konzipieren und realisieren;
- Kampagnen (von der Marktanalyse, Zielformulierung, Konzeption und Gestaltung bis zur adäquaten Präsentation und Dokumentation) beschreiben und exemplarisch anwenden.

Lehrstoff:

Bereich Editorial Design und Publishing:

Unterscheidung zwischen ästhetischem, semiologischem und technologischem Urteil; exemplarische Zugangsweisen zu Gestaltungsaufgaben mit steigender Komplexität und Heterogenität; Bedeutung, Relevanz und Beziehung unterschiedlicher Informationen in Bezug auf die Kommunikationsleistung.

Entwicklung komplexer Informationsgrafiken.

Bereich Corporate Design:

Gestaltung komplexer multifunktionaler, medienübergreifender Corporate Design-Projekte; Neugestaltung und Re-Design; Designstrategien der Markenkommunikation; Gestaltung von Corporate Design-Lösungen auch im dreidimensionalen Raum.

Analyse von Leitbildern bzw. der gegebenen Kommunikationsaufgaben; Planung, Konzeption und Realisierung von komplexen Corporate Design-Aufgaben inklusive Recherche.

Bereich Werbung:

Umgang mit Markenbotschaften und Werbetexten; Gestaltung vernetzter, medienkonvergenter Werbeaufgaben, Konzeption und Realisierung von Entwürfen im Bereich der Markenkommunikation in und mit unterschiedlichen Medien.

Entwicklung marktgerechter Kampagnen (von der Marktanalyse, Zielformulierung, Konzeption und Gestaltung bis zur adäquaten Präsentation und Dokumentation).

Kompetenzmodul 6:

Bildungs- und Lehraufgabe:

Die Studierenden können im

Bereich Editorial Design und Publishing

- projektorientierte, auf die Kommunikationslösung ausgerichtete Entwurfsprozesse (mit Zielformulierung, Recherche und mediengerechte und -konvergente Umsetzung) beschreiben und diese analysieren, entwickeln und anwenden.

Bereich Corporate Design

- die Notwendigkeit eines Soll-Ist-Vergleichs, geeigneter Präsentation und Dokumentation, der Verdichtung konzeptioneller Ideen, sowie der Markenentwicklung auf Basis der Formulierung eines Kerngedankens und der Umsetzung detaillierter Corporate Design-Manuals beschreiben und diese anwenden und entwickeln.

Bereich Werbung

- marktgerechte Kampagnen (von der Marktanalyse, Zielformulierung, Konzeption und Gestaltung bis zur adäquaten Präsentation und Dokumentation) unter Einbeziehung und Intensivierung medialer bzw. werblicher Kanäle für Kampagnen zielgerichtet entwickeln.

Lehrstoff:

Bereich Editorial Design und Publishing:

Projektorientierte, auf die Kommunikationslösung ausgerichtete Entwurfsprozesse (mit Zielformulierung, Recherche und mediengerechter und -konvergenter Umsetzung); Entwicklung eigenständiger Entwurfsstrategien im Zusammenhang mit Methoden quantitativer und qualitativer Zielformulierungen; Analyse und Argumentation der Ergebnisse unter semiotischen Aspekten.

Bereich Corporate Design:

Soll-Ist-Vergleich, geeignete Präsentation und Dokumentation; Verdichtung konzeptioneller Ideen, Markenentwicklung auf Basis der Formulierung eines Kerngedankens; Umsetzung detaillierter Corporate Design-Manuals; Grundlagen des Projektmanagements; Entwicklung von Entwurfskriterien; Projektkalkulation.

Bereich Werbung:

Zielgerichtete Einbeziehung aller medialen bzw. werblichen Kanäle in Kampagnen; Präsentation von werblichen Konzepten.

MEDIEN TECHNOLOGIE UND ANGEWANDTE INFORMATIK

Siehe den gleichnamigen Pflichtgegenstand in Studentafel I.3 mit folgenden Ergänzungen:

Kompetenzmodul 1:

Bildungs- und Lehraufgabe:

Die Studierenden können im

Bereich Grundlagen

- die typische Beschaffenheit von Betriebssystemen in einer vernetzten Produktionsumgebung und die entsprechenden Methoden benennen und diese an die verschiedenen Aufgaben anpassen;
- Datenformate und deren Quellen benennen und anwenden;
- technische Grundlagen von Produktionsabläufen benennen.

Bereich Bilderfassung und -bearbeitung

- grundlegende Techniken der Bilderfassung und Bildbearbeitung benennen und anwenden.

Bereich Drucktechnik

- unterschiedliche Druckverfahren und deren Abläufe benennen;
- einen einfachen Druckvorgang planen und anwenden.

Lehrstoff:

Bereich Grundlagen:

Betriebssysteme, Datei- und Fontmanagement; Überblick über Datenformate und deren spezifische Quellen; Hardware-Komponenten und Netzwerkressourcen; Internetdienste und -sicherheit; Grundlagen von Farbsystemen und deren Anwendung; Einführung in die Materialkunde.

Bereich Drucktechnik:

Unterschiedliche Drucktechniken, Farbsysteme und deren Phänomene; Wechselbeziehungen zwischen Entwurf und Ausführung, Gerätehandhabung und Materialkunde, technische Aspekte von Druckprozessen.

Bereich Bilderfassung und -bearbeitung:

Grundlagen der Bilderfassung und Bildbearbeitung; Grundlagen von Aufnahmeverfahren und Aufnahmegestaltung; Wirkung und Verwendung von Kamera- und Aufnahmetechniken.

Kompetenzmodul 2:

Bildungs- und Lehraufgabe:

Die Studierenden können im

Bereich Printbasierte Technologien

- Layouts für unterschiedliche Aufgaben erstellen, einrichten und mit Objekten bestücken;
- komplexe Vektorobjekte als eigenständige Illustrationen sowie als Layoutobjekte erstellen und handhaben;
- Methoden anwenden, um Bilddaten korrekt zu bearbeiten.

Bereich Bilderfassung und -bearbeitung

- grundlegende Techniken der Bilderfassung anwenden und Bilddaten für den weiteren Workflow aufbereiten.

Bereich Drucktechnik

- unterschiedliche Druckverfahren, deren Abläufe und den Umgang mit Daten anwenden;
- Arbeitsmaterialien benennen und Farbsysteme adäquat einsetzen.

Lehrstoff:**Bereich Printbasierte Technologien:**

Eigenschaften und Bearbeitung unterschiedlicher Bilddaten; Erstellung und Definition von Vektor- und Layoutdateien. Eigenschaften von Layoutobjekten und -daten, Formate und Vorlagen; Ausgabeüberprüfung.

Bereich Bilderfassung und -bearbeitung:

Fortgeschrittene Techniken der Bilderfassung und Bildbearbeitung, von Aufnahmeverfahren und Aufnahmegestaltung; Präsentationstechniken.

Bereich Drucktechnik:

Unterschiedliche Drucktechniken, Wechselbeziehungen zwischen Entwurf und Ausführung, Gerätehandhabung, technische Aspekte von Druckprozessen und Dateihandling.

Farbsysteme und deren Phänomene; Materialkunde.

Kompetenzmodul 3:**Bildungs- und Lehraufgabe:**

Die Studierenden können im

Bereich Printbasierte Technologien

- vektorbasierte Daten bearbeiten und umwandeln;
- pixelbasierte Daten und Texte für komplexe Aufgaben in Layouts anwenden und zusammenführen;
- Techniken der Druckvorstufe für Druckprojekte, sowie den korrekten Umgang mit Farbsystemen benennen.

Lehrstoff:**Bereich Printbasierte Technologien:**

Eigenschaften und Bearbeitung von vektorbasierten Daten; erweiterte Funktionen für die Bearbeitung von pixelbasierten Daten; erweiterte Layout-Funktionen. Grundlagen der Druckvorstufe, Farbsysteme.

Kompetenzmodul 4:**Bildungs- und Lehraufgabe:**

Die Studierenden können im

Bereich Printbasierte Technologien

- komplexe Layout-Aufgaben für eine Reinzeichnung überarbeiten;
- Techniken der Druckvorstufe für Druckprojekte sowie den korrekten Umgang mit Farbsystemen anwenden.

Lehrstoff:**Bereich Printbasierte Technologien:**

Techniken der Reinzeichnung; Abwicklung der Druckvorstufe für Druckprojekte; Farbsysteme und deren Anwendung.

DARSTELLUNG UND KOMPOSITION

Siehe den gleichnamigen Pflichtgegenstand in Stundentafel I.3.

KOMMUNIKATIONSDESIGN

Siehe den gleichnamigen Pflichtgegenstand in Stundentafel I.3. mit folgenden Ergänzungen:

Kompetenzmodul 1:

Bildungs- und Lehraufgabe:

Die Studierenden können im

Bereich Phänomenologie der medialen Vermittlung

- in Recherchen Bildmaterial für Kommunikationsaufgaben zusammenstellen;
- Printmedien hinsichtlich ihrer kommunikativen Funktion einschätzen und im Rückbezug zu ihrem medialen und diskursiven Kontext visuell/narrative Gestaltungsmuster erkennen.

Lehrstoff:

Bereich Phänomenologie der medialen Vermittlung:

Grundlagen der Recherche und des Fotobriefings; Urheberschaft/Copyright.

Differenz analoger und digitaler Kommunikation; kommunikative Funktion von Printverfahren und -medien.

Kompetenzmodul 2:

Bildungs- und Lehraufgabe:

Die Studierenden können im

Bereich Phänomenologie der medialen Vermittlung

- Screendesign hinsichtlich ihrer kommunikativen Funktion einschätzen und im Rückbezug zu ihrem medialen und diskursiven Kontext visuell/narrative Gestaltungsmuster erkennen.

Lehrstoff:

Bereich Phänomenologie der medialen Vermittlung:

Differenz analoger und digitaler Kommunikation; kommunikative Funktion von Screen- und Onlinemedien.

Kompetenzmodul 3:

Bildungs- und Lehraufgabe:

Die Studierenden können im

Bereich Phänomenologie der medialen Vermittlung

- Kanäle elektronischer und audiovisueller Medien und deren mediale Grundsettings unterscheiden und aktuelle Entwicklungen in elektronischen Medien einschätzen.

Lehrstoff:

Bereich Phänomenologie der medialen Vermittlung:

Untersuchung elektronischer Kanäle hinsichtlich ihrer kommunikativen Wirkung; Rückbezug einer Botschaft zum verwendeten Kanal.

Kompetenzmodul 4:

Bildungs- und Lehraufgabe:

Die Studierenden können im

Bereich Phänomenologie der medialen Vermittlung

- Struktur, Gestaltung und Pragmatik zeitgenössischer Kommunikationskanäle.

Lehrstoff:

Bereich Phänomenologie der medialen Vermittlung:

medientheoretische Grundlagen; kommunikative und ästhetische Phänomene; soziale Funktion und kommerzieller Gebrauch von elektronischen Medien.

MARKETING UND WERBUNG

Siehe den gleichnamigen Pflichtgegenstand in Stundentafel I.3.

KULTUR- UND DESIGNTHEORIE

Siehe den gleichnamigen Pflichtgegenstand in Stundentafel I.3.

C. Pflichtpraktikum

Gemäß Stundentafel I.1 und Stundentafel I.2.

Siehe Anlage 1.

C. Freigegegenstände

Gemäß Stundentafel I.3 und Stundentafel I.4 sowie

D. Freigegegenstände

Gemäß Stundentafel I.1 und Stundentafel I.2.

Siehe Anlage 1.

D. Förderunterricht

Gemäß Stundentafel I.3 und Stundentafel I.4 sowie

E. Förderunterricht

Gemäß Stundentafel I.1 und Stundentafel I.2.

Siehe Anlage 1.