

B 38. Modulhandbuch Masterstudiengang Kommunikationsdesign (MA)

B38.1. Intermedia Projekte

empfohlen für das 1. und 2. Semester MA

KENNNUMMER	WORKLOAD GESAMT	CREDIT-POINTS GESAMT	TURNUS	DAUER
M1.1	1080 h	36 CP	jedes Semester	2 Semester

LEHRVERANSTALTUNGEN	KONTAKTZEIT	SELBSTSTUDIUM	CREDIT-POINTS
– Intermedia Projekt A	10 SWS = 150 h	300 h	450 h = 15 CP
– Intermedia Projekt B	10 SWS = 150 h	300 h	450 h = 15 CP
– Workshop A	3 SWS = 45 h	45 h	90 h = 3 CP
– Workshop B	3 SWS = 45 h	45 h	90 h = 3 CP

Lehrformen Vorlesung, Seminar, Blockveranstaltung, Übung, Workshop, Exkursion

Gruppengröße Einzigig, Coteaching mindestens zwei Dozentinnen und Dozenten, je 16 Studierende

Qualifikationsziele Das Angebot vertieft Kenntnisse und Erfahrung in Wahl und gestalterischem Einsatz verschiedener Medien. Befähigung zu konzeptionellem und künstlerisch-wissenschaftlichem Arbeiten, Vorbereitung auf Führungsaufgaben und Teamfähigkeit im Design. In den thematisch angrenzenden Workshops wird in Stegreifübungen die Kompetenz zur raschen Lösung unterschiedlichster Designaufgaben im Team trainiert.

Inhalte Erarbeitung komplexer Kommunikationssysteme im Team, in der Regel über ein Semester. Konzeptionelles Arbeiten und innovative gestalterische Lösungen stehen im Mittelpunkt. Förderung der Medienkompetenz durch den konkreten gestalterischen Einsatz von mindestens zwei unterschiedlichen Medien, betreut durch zwei Lehrkräfte aus diesen Gebieten.

Beispiele für Lehrthemen und Projekte in diesem Modul: Unter dem Titel „Wissenschaft und Gestaltung“ werden mit Mainzer Wissenschaftsinstitutionen gemeinsam Projekte zum Transfer des Wissens in die Gesellschaft erarbeitet. Diese Projekte werden konzeptionell entwickelt, präsentiert und gemeinsam mit Vertretern anderer Institutionen realisiert.

Unter dem Titel „Type & Code“ werden verschiedene Ausstellungsobjekte und Anwendungen konzipiert sowie eine Konferenz zu diesem Thema, bei der die erarbeiteten Objekte als Installationen ausgestellt werden.

Unter dem Thema „100 Jahre Bauhaus“ wird gemeinsam mit dem Gutenberg Museum Mainz eine Ausstellung konzipiert, in der eine aktuelle Interpretation der grundlegenden Bauhaus-Ideen weiter gedacht und in Form von Publikationen und Ausstellungsobjekten realisiert wird.

Verwendbarkeit des Moduls Pflichtmodul für den Masterstudiengang Kommunikationsdesign

Teilnahmevoraussetzungen Abgeschlossenes BA- oder Diplom-Studium

Prüfungsformen Eigene gestalterische Arbeit, Dokumentation, Referat, Präsentation oder Exkursion

Voraussetzungen für die Vergabe von Credit-Points Bestandene Modulprüfung, ggf. Studienleistungen

Gewichtung in der Endnote 26 % der Endnote

Modulverantwortliche/r Prof. Philipp Pape

Hauptamtlich Lehrende Alle Dozentinnen und Dozenten der Fachrichtung Kommunikationsdesign ggf. mit Lehrenden der Fachrichtung Medien-Design und der Fachrichtung Innenarchitektur

B38.2. Forschungsfeld

empfohlen für das 1. und 2. Semester MA

KENNNUMMER	WORKLOAD GESAMT	CREDIT-POINTS GESAMT	TURNUS	DAUER
M 1.2	180 h	6 CP	jedes Semester	2 Semester
LEHRVERANSTALTUNGEN	KONTAKTZEIT	SELBSTSTUDIUM	CREDIT-POINTS	
- Recherche	3 SWS = 45 h	45 h	90 h = 3 CP	
- Analyse	3 SWS = 45 h	45 h	90 h = 3 CP	

Lehrformen	Vorlesung, Seminar, Blockveranstaltung, Übung, Workshop, Exkursion
Gruppengröße	Einzügig, 16 Studierende
Qualifikationsziele	Das Angebot Forschungsfeld vermittelt die Kompetenz, eine eigenständige künstlerisch-wissenschaftliche Forschungsarbeit auf dem Gebiet des Kommunikationsdesigns thematisch einzugrenzen und vorzubereiten.
Inhalte Recherche	Vorlesungen/Seminare: Wissenschaftliche Recherche, kritischer Umgang mit Quellen, Literaturangaben Praxis: Analoge und digitale Informations- und Literaturrecherche. Praxis-Beispiel: Recherche der visuellen Sprache verschiedener kultureller Einrichtungen von vier unterschiedlichen europäischen Städten. Analoge und digitale Informations- und Literaturrecherche, Exkursion zu den jeweiligen Städten, Archivierung und Dokumentation der Funde.
Inhalte Analyse	Praxis: Analyse umfangreicher Sammlungen eines Teilgebietes des Kommunikationsdesigns. Beispiel: Analyse der visuellen Sprache verschiedener kultureller Einrichtungen von vier unterschiedlichen europäischen Städten. Aufstellen von Vergleichskriterien, Auswerten der Ergebnisse.
Verwendbarkeit des Moduls	Pflichtmodul für den Masterstudiengang Kommunikationsdesign
Teilnahmevoraussetzungen	Abgeschlossenes BA- oder Diplom-Studium
Prüfungsformen	Hausarbeit, Referat, Referatsverschriftlichung, Klausur, Handout, Dokumentation, Präsentation oder Kolloquium zum Ende des Semesters
Voraussetzungen für die Vergabe von Credit-Points	Bestandene Modulprüfung, ggf. Studienleistungen
Gewichtung in der Endnote	0 % der Endnote
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Petra Eisele
Hauptamtlich Lehrende	Alle Dozentinnen und Dozenten der Fachrichtung Kommunikationsdesign

B38.3. Fachliche Vertiefung

empfohlen für das 1. und 2. Semester MA

KENNNUMMER	WORKLOAD GESAMT	CREDIT-POINTS GESAMT	TURNUS	DAUER
M 1.3	180 h	6 CP	jedes Semester	2 Semester
LEHRVERANSTALTUNGEN	KONTAKTZEIT	SELBSTSTUDIUM	CREDIT-POINTS	
- Fachliche Vertiefung A	3 SWS = 45 h	45 h	90 h = 3 CP	
- Fachliche Vertiefung B	3 SWS = 45 h	45 h	90 h = 3 CP	

Lehrformen	Vorlesung, Seminar, Blockveranstaltung, Übung, Workshop, Exkursion
Gruppengröße	Einzigig, 16 Studierende
Qualifikationsziele	Das Angebot vertieft die Kompetenzen zur Herangehensweise an komplexe Design-Fragestellungen und -Strategien sowie Methoden der Designforschung. Es vermittelt Medienkompetenz mit Bezug auf aktuelle soziale, kulturelle und technologische Entwicklungen.
Inhalte	Diskussion, Analyse und Reflexion aktueller gesellschaftlicher, ästhetischer, technologischer und wissenschaftlicher Themen und ihrer Relevanz für das Kommunikationsdesign.
Verwendbarkeit des Moduls	Pflichtmodul für den Masterstudiengang Kommunikationsdesign
Teilnahmevoraussetzungen	Abgeschlossenes BA- oder Diplom-Studium
Prüfungsformen	Eigene gestalterische Arbeit, Hausarbeit, Referat, Referatsverschriftlichung, Klausur, Handout, Dokumentation, Präsentation, Exkursion oder Kolloquium zum Ende des Semesters
Voraussetzungen für die Vergabe von Credit-Points	Bestandene Modulprüfung, ggf. Studienleistungen
Gewichtung in der Endnote	7 % der Endnote
Modulverantwortliche/r	Prof. Katja Davar
Hauptamtlich Lehrende	Alle Dozentinnen und Dozenten der Fachrichtung Kommunikationsdesign

B38.4. Theorie MA

empfohlen für das 1. und 2. Semester MA

KENNNUMMER	WORKLOAD GESAMT	CREDIT-POINTS GESAMT	TURNUS	DAUER
M 1.4	360 h	12 CP	jedes Semester	2 Semester
LEHRVERANSTALTUNGEN	KONTAKTZEIT	SELBSTSTUDIUM	CREDIT-POINTS	
- Theorie MA A	3 SWS = 45 h	135 h	180 h = 6 CP	
- Theorie MA B	3 SWS = 45 h	135 h	180 h = 6 CP	

Lehrformen	Vorlesung, Seminar, Blockveranstaltung, Übung, Workshop, Exkursion
Gruppengröße	Einzügig, 16 Studierende
Qualifikationsziele	Das Angebot vermittelt grundlegende Kompetenzen zur wissenschaftlichen Herangehensweise an komplexe Design-Fragestellungen und schult das analytisch-theoretische Reflexionsvermögen. Die Fächer vermitteln gemeinsam Medienkompetenz für zukünftige Führungskräfte der Kommunikationsbranche durch die Konfrontation mit aktuellen sozialen, kulturellen und technologischen Entwicklungen.
Inhalte Design-Forschung	Vorlesungen: Methoden und Erkenntnisse der Designforschung Praxis: Eigenverantwortliches Erforschen von Designentwicklungen (historisch und aktuell), Literaturanalysen
Inhalte Design-Management	Vorlesungen: Strategische Planung komplexer Kommunikationssysteme Praxis: Implementierungsanalyse umfangreicher Corporate Identities und der Entscheidungsprozesse bei Design-Lösungen: Entwicklung von Ansätzen für Markenplanung, Markenauftritte, Private-Public-Partnership-Programme und nichtkommerzielle Kommunikation
Inhalte Design-Theorie	Seminare: Diskussion und kritische Analyse aktueller ästhetischer und wissenschaftlicher Diskurse im Design Praxis: Wissenschaftliches Arbeiten; schriftliche Analyse einer eigenen Themenstellung
Inhalte Medien-Technologie	Vorlesungen: Tendenzen aktueller technologischer Innovationen Praxis: Diskussion und Reflexion aktueller technologischer Innovationen
Verwendbarkeit des Moduls	Pflichtmodul für den Masterstudiengang Kommunikationsdesign
Teilnahmevoraussetzungen	Abgeschlossenes BA- oder Diplom-Studium
Prüfungsformen	Hausarbeit, Referat, Referatsverschriftlichung, Klausur, Handout, Dokumentation, Präsentation oder Kolloquium zum Ende des Semesters
Voraussetzungen für die Vergabe von Credit-Points	Bestandene Modulprüfung, ggf. Studienleistungen
Gewichtung in der Endnote	7 % der Endnote
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Matthias Riedel
Hauptamtlich Lehrende	Prof. Dr. Ilka Becker Prof. Dr. Petra Eisele Prof. Dr. Matthias Riedel N.N.

B38.5. Master-Arbeit

empfohlen für das 3. Semester MA

KENNNUMMER	WORKLOAD GESAMT	CREDIT-POINTS GESAMT	TURNUS	DAUER
M 2.1	900 h	30 CP	jedes Semester	1 Semester
LEHRVERANSTALTUNGEN	KONTAKTZEIT	SELBSTSTUDIUM	CREDIT-POINTS	
–	Einzelbetreuung, 0,4 SWS	900 h	900 h = 30 CP	

Lehrformen	Einzelbetreuung
Gruppengröße	Einzelbetreuung
Qualifikationsziele	Das Angebot vermittelt zusätzliche und vertiefte Erkenntnisse auf dem Gebiet des Kommunikationsdesigns, die es ermöglichen, in der beruflichen Praxis und Theorie im In- und Ausland innovative Aufgaben des Designs künstlerisch-gestalterisch, forschend und wissenschaftlich-theoretisch zu lösen und weiterzuentwickeln.
Inhalte Master-Arbeit Praxis:	Einzelbearbeitung und Lösung komplexer Aufgaben des Kommunikationsdesigns mit Nachweis der besonderen Befähigung zu eigenständiger innovativer wissenschaftlich-künstlerischer Arbeit. Je nach eigener Aufgabenstellung ist eine Zusammenarbeit mit dem Institut Designlabor Gutenberg und/oder Forschungs- und Drittmittelprojekten möglich.
Inhalte Master-Arbeit Dokumentation:	In einem schriftlich-theoretischen Teil wird die methodisch-inhaltliche Vorgehensweise dokumentiert. Dies beinhaltet detaillierte Angaben zu: Impuls, Briefing, Recherche, Analyse, Re-Briefing, Konzeption, Zielgruppe, Positionierung, Absender, Medien, Gestaltungselemente, Wort/Bildmarke, Farbkonzept, Bildkonzept, Textkonzept, Formate, Typografie, Raster, Papier, Umsetzung.
Verwendbarkeit des Moduls	Pflichtmodul für den Masterstudiengang Kommunikationsdesign
Teilnahmevoraussetzungen	Abgeschlossenes BA- oder Diplom-Studium
Prüfungsformen	Eigene gestalterische Arbeit, Dokumentation, Referat, Präsentation oder Exkursion Kolloquium und Ausstellung zum Ende des Semesters
Voraussetzungen für die Vergabe von Credit-Points	Bestandene Modulprüfung, ggf. Studienleistungen
Gewichtung in der Endnote	60 % der Endnote
Modulverantwortliche/r	Prof. Florian Jenett
Hauptamtlich Lehrende	Die Betreuung und Festlegung des Themas der Master-Arbeit erfolgt durch mindestens zwei Professorinnen und Professoren, darunter mindestens ein berufenes Mitglied des Fachbereich Gestaltung, darunter mindestens eine praktisch Lehrende oder ein praktisch Lehrender der Fachrichtung Kommunikationsdesign.