

FH AACHEN
UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES



Communication and Multimedia Design

- 07 Tätigkeitsfelder
- 08 Berufsaussichten
- 09 Kompetenzen

Vor dem Studium

- 11 Zugangsvoraussetzungen

Der praxisnahe Studiengang

- 13 Profil des Studiengangs
- 14 Studienplan
- 18 Pflichtmodule

Allgemeine Informationen

- 26 Organisatorisches
- 27 Adressen

Alle Informationen zum Studiengang Communication and Multimediadesign finden Sie auch im Internet. Fotografieren Sie dazu einfach den QR-Code mit einem passenden Reader auf Ihrem Handy*.



* Bitte beachten Sie: beim Aufrufen der Internetseite können Ihnen Kosten entstehen.

Willkommen im Studiengang

Unter dem Begriff Communication and Multimedia Design (C-MD) versteht man im weitesten Sinne die Gestaltung von multimedialen Print- und Internet-Produkten, ebenso die Begriffe Kommunikation, Marketing und Unternehmenskultur.

C-MD an der FH Aachen geht weit über die Ansätze, die ansonsten im Bereich Multimedia zu finden sind, hinaus. Während alle anderen Entwürfe sich entweder auf die Technik oder das Design konzentrieren, verfolgen wir einen integrativen Ansatz, der von den Kommunikationswissenschaften über Design, Technik, Betriebswirtschaftslehre bis zur Unternehmenskultur reicht. Alles aus einer Hand. Die Schnelligkeit der technischen Weiterentwicklung erfordert eine solide Ausbildung in den Grundfertigkeiten, damit unsere Absolventinnen und Absolventen die Zukunft mitgestalten können.

Das Aufgabenfeld umfasst Kommunikationsexperten, Unternehmensberater, Journalisten, Medienmacher sowie die Gestaltung und Planung verschiedener Multimedia-Anwendungen. Dazu gehören z. B. die Entwicklung einer kompletten Corporate Identity, eines Corporate Design, von Flyern und Plakaten, von Internet-Auftritten bis zur Erstellung kompletter Filme, DVDs, CD-ROMs und Audio-/Videoclips. Die klassische Journalistik und Fotografie sowie die Audio- und Videoarbeit sind ebenso Teil des beruflichen Spektrums wie die computertechnische Bearbeitung. Die Betreuung und Beratung der Kunden, die professionelle Präsentation von Projekten, das eigenständige und verantwortliche Projektmanagement sowie die Abwicklung sämtlicher kaufmännischer Projektelemente sind begleitende alltägliche Arbeiten in der Berufspraxis, auf die C-MD zugeschnitten ist.



Berufe in diesem Bereich verlangen eine Kombination aus professionellem Auftreten, kommunikativen und sozialen Kompetenzen, gestalterischen Fähigkeiten sowie technischem Fachwissen. Fundierte Kenntnisse in Verhandlungstechniken ergänzen den Katalog der Voraussetzungen, die zum beruflichen Erfolg führen. Professionelle Kenntnisse in Medientheorie und Kommunikationstheorie, in Dramaturgie, Journalistik und medienspezifischer Texterstellung, von grafischen Standard-Programmen, umfassende Kenntnisse der computerbasierten Anwendungen sowie der Audio- und Videoproduktion sind obligatorisch.

Wichtige Voraussetzungen für berufliche Tätigkeiten sind neben den kommunikativen und sozialen Kompetenzen eine ausgeprägte Kreativität, logisch-analytisches Denken und technisches Verständnis.

Darüber hinaus sind sprachliche Fähigkeiten, eine gute Allgemeinbildung sowie Repräsentationsqualitäten für den Umgang mit Kunden in Beratung und Service erforderlich.

Schnittstellendenken, das rasche Erfassen von Zusammenhängen und die

Fähigkeit zu interdisziplinärem Arbeiten sind fundamentale Anforderungen. Sach- und zielorientiertes Erarbeiten von Lösungen sowie eine ausgeprägte Teamfähigkeit, interkulturelle Kompetenzen und hervorragende Englischkenntnisse ergänzen den Katalog.

Der Karriere der Absolventinnen und Absolventen dieses Studienganges sind praktisch keine Grenzen gesetzt. Beschäftigungsmöglichkeiten finden sich in vielen Sparten: in den traditionellen Medien wie Print, Rundfunk und Fernsehen genauso wie in den Bereichen der neuen Medien. Medienagenturen, Web-Agenturen, aber auch Unternehmensberatungen, Produktionsfirmen, Fotografie- und Grafikstudios, Designbetriebe, Druckereien, Verlage, Theater, Elektronik- und IT-Unternehmen gehören zu den Betätigungsfeldern.

Schließlich fördert C-MD auch die Gründung eigener Existenzen, und pro Jahrgang betreiben derzeit etwa zehn Prozent der Studierenden bereits ihre eigene kleine Firma. Diesen Entrepreneurgedanken unterstützen wir bereits im laufenden Studium.

Communication and Multimedia Design



Tätigkeitsfelder

Multimediale

Kommunikation

Der Studiengang Communication and Multimedia Design wurde Ende der 1990er Jahre aufgrund einer Marktuntersuchung gemeinsam mit der Hogeschool Zuyd (NL) und der Katholieke Hogeschool Limburg (B) entwickelt. Dabei orientieren sich alle drei Hochschulen an dem tatsächlichen Bedarf an akademischen Arbeitskräften bei Unternehmen in der Euregio. Marktuntersuchungen ergaben Beschäftigungspotenziale vor allem für solche Personen, die Schnittstellen besetzen und unter Berücksichtigung technischer, gestalterischer und wirtschaftlicher Hintergründe multimediale Kommunikationskonzepte entwickeln, umsetzen und beurteilen können.

Darauf aufbauend, gliedert sich das Studium in die folgenden fünf Bereiche:

- > Kommunikationswissenschaften
- > Design
- > Informations- und Kommunikationstechnik; Audio- und Digitalfilmtechnik
- > Betriebswirtschaftslehre
- > Unternehmenskultur

Interdisziplinäre und interkulturelle Aspekte spielen wie in den meisten neuen Branchen eine große Rolle. Aufgrund der Globalisierung ist für viele Unternehmen der Weg in die Internationalisierung vorgezeichnet. Um die Studierenden darauf vorzubereiten, findet der Großteil des vierten und fünften Semesters an der International Faculty (IF) in Maastricht statt. Die Lehrangebote an der IF werden von der FH Aachen gemeinsam mit unseren Partnerhochschulen in englischer Sprache durchgeführt.

Berufsaussichten

Alle Wege stehen offen

Aufgrund der interdisziplinären Ausrichtung und Abstimmung der fünf verschiedenen Kernbereiche handelt es sich bei dem Studiengang Communication and Multimedia Design um einen neuartigen Studiengang. Mit den im Studiengang erworbenen Kenntnissen und Kompetenzen können die Absolventinnen und Absolventen in Medienunternehmen ebenso arbeiten wie in der Unternehmensberatung, im Bereich Multimedia Development oder u. a. im Bereich Multimedia Consulting.

Kernpunkt der Tätigkeiten ist dabei die Integration verschiedener Dimensionen: Entwicklung von Kommunikationskonzepten sowie Gestaltung und technische Umsetzung unter Berücksichtigung der wirtschaftlichen Rahmenbedingungen.

Anwendungen gibt es nicht nur in speziellen Branchen oder Unternehmensgrößen, Berührungspunkte zum Themenbereich finden sich mittlerweile in fast allen Unternehmen und Institutionen.

Kompetenzen

Selbstständig und international

Durch das Studium an der FH Aachen und nach Maßgabe der FH Aachen an der gemeinsam mit den Partnerhochschulen Hogeschool Zuyd (NL) und Katholieke Hogeschool Limburg (B) geführten International Faculty in Maastricht werden die wissenschaftlich fundierten Fachkenntnisse und Methoden im Bereich Kommunikation und Multimediagestaltung vermittelt.

Die Studierenden werden befähigt, ihre Kenntnisse in den Bereichen Kommunikations- und Medienwissenschaften, Gestaltung, Informationstechnologie und Audio-/Videotechnik sowie Betriebswirtschaftslehre und Unternehmenskultur in selbständiger Tätigkeit oder im Team zu entwerfen, zu entwickeln und auszuführen. Die nach Maßgabe der FH Aachen gestaltete Studienphase im Ausland unterstützt die Erweiterung des regionalen auf den euregionalen und internationalen Horizont nachhaltig. Unterrichtssprache in dieser Studienphase ist Englisch.

In den Modulen an der IF lernen die Studierenden neben den Inhalten auch unterschiedliche Lehr- und Lernkonzepte kennen und erwerben Kompetenzen in Bezug auf die Anforderungen und Herausforderungen in interkulturell zusammengesetzten Projektteams.

Vor dem Studium



Zugangsvoraussetzungen

Zugangsvoraussetzungen | Die Voraussetzung zur Aufnahme im Studiengang ist die Hochschulzugangsberechtigung – Fachhochschulreife oder allgemeine Hochschulreife –, Nachweis einer praktischen Tätigkeit mit einer Dauer von insgesamt acht Wochen sowie der Nachweis der bestandenen Prüfung zur Feststellung der studiengangbezogenen Eignung der FH Aachen. Gegebenenfalls kann die zusätzliche Einladung zu einem persönlichen Gespräch erfolgen.

Wegen der übergroßen Nachfrage nach Studienplätzen in diesem Studiengang gibt es ein so genanntes Orts-NC-Vergabeverfahren, nach dem die zur Verfügung stehenden freien Studienplätze vergeben werden.

Weitere Informationen dazu erhalten Sie unter www.fh-aachen.de/bewerb_quali_bach.html und per E-Mail unter cmd@fh-aachen.de

Eignungsprüfung | Die Eignungsprüfung ist der eigentlichen Bewerbung um einen Studienplatz vorgeschaltet, um studiengang-relevante Fähigkeiten der Bewerber abzu prüfen, die aber nicht Bestandteil der Hochschulzugangsberechtigung sind. Die Einzelheiten sind in der Eignungsprüfungsordnung geregelt.

Weitere Informationen dazu erhalten Sie unter www.fh-aachen.de/fpo_sto_fb5_cmd.html oder unter cmd@fh-aachen.de.

Weitere Informationen zu
Zugangsvoraussetzungen
und zur Eignungsprüfung:
[www.fh-aachen.de/
bewerb_quali_bach.html](http://www.fh-aachen.de/bewerb_quali_bach.html)

Der praxisnahe Studiengang Communication and Multimedia Design



Profil des Studiengangs

Studium in Aachen und Maastricht

Die Regelstudienzeit im Bachelorstudiengang Communication and Multimedia Design beträgt einschließlich der Anfertigung der Bachelorarbeit sechs Semester.

Die ersten drei Semester absolvieren die Studierenden, die an der FH Aachen eingeschrieben sind, in Aachen.

Das vierte Semester findet teilweise an der International Faculty in Maastricht statt. Dort können die Studierenden Module aus einem Wahlkatalog wählen. Darüber hinaus werden in dieser Studienphase Lehrveranstaltungen an der FH Aachen angeboten.

Während das fünfte Semester größtenteils an der International Faculty in Maastricht stattfindet, erfolgen im sechsten Semester das Praxisprojekt und anschließend die Anfertigung der Bachelorarbeit sowie das Kolloquium.

Grundsätzlich bauen die Lehrveranstaltungen im Studienverlauf aufeinander auf, wobei der gesamte Studiengang modularisiert ist. Während in den ersten drei Semestern die fundierte Vermittlung der Grundkenntnisse in den Fächern Kommunikationswissenschaften, Design, Technik, Betriebswirtschaftslehre und Unternehmenskultur erfolgt, können neben dem fortlaufenden Angebot in Aachen an der International Faculty in Maastricht im vierten und fünften Semester Module aus verschiedenen Kompetenzfeldern gewählt werden.

Die Aufstellung der Wahlmodule finden Sie auf den Seiten 16 und 17.

Studienplan

		SWS						
Nr.	Bezeichnung	P/W	Cr	V	Ü	Pr	SU	Σ
1. Semester								
51190	Einführung in die Medientheorie	P	5	3	1	0	0	4
51191	Grundlagen der Gestaltung	P	8	4	0	3	0	7
51192	Grundlagen der Computertechnik, Internet	P	8	4	0	3	0	7
51193	Grundlagen der Betriebswirtschaft, Projektmanagement	P	7	3	3	0	0	6
51194	Einführung in die Journalistik	P	2	1	1	0	0	2
Summe			30	15	5	6	0	26
2. Semester								
52190	Kommunikationstheorie und Dramaturgie	P	5	3	1	0	0	4
52191	Text- und Bildgestaltung	P	8	4	0	4	0	8
52192	Dynamik von Internetauftritten	P	8	4	0	4	0	8
52192	Lichttechnik, Audiotechnik, Digitalfilmtechnik	P	8	4	0	4	0	8
52193	Internes und externes Rechnungswesen	P	7	4	2	0	0	6
52194	Einführung in das Schreiben für Print und Online	P	2	1	1	0	0	2
Summe			30	16	4	8	0	28
3. Semester								
53190	Kommunikationstechniken	P	7	3	0	3	0	6
53191	Mediengestaltung	P	7	3	0	3	0	6
53192	Spezialgebiete der Audio-/Digital-filmproduktion v. Multimediaprod.	P	7	3	0	3	0	6
53193	Grundlagen Marketing und Vertrieb	P	7	4	2	0	0	6
53193	Produktion von Multimediaprod.	P	7	4	2	0	0	6
53194	Verhandlungstechniken und Moderation	P	2	2	0	0	0	2
Summe			30	15	2	9	0	26
Cr: Credits V: Vorlesung P: Pflicht Ü: Übung W: Wahl Pr: Praktikum SWS: Semesterwochenstunden SU: Seminar, seminaristischer Unterricht								

SWS								
Nr.	Bezeichnung	P/W	Cr	V	Ü	Pr	SU	Σ
4. Semester								
55290	Wahlpflichtmodul National 1	W	8	-	-	-	-	-
55291	Wahlpflichtmodul National 2	W	8	-	-	-	-	-
5529x	2 Wahlpflichtmodule *) aus den Wahlpflichtkatalogen „Design“, „Management“, Social Use“ oder „Technology“	W	14	-	-	-	-	-
Summe			30	-	-	-	-	-
5. Semester								
5529x	2 Wahlpflichtmodule *) aus den Wahlpflichtkatalogen „Design“, „Management“, Social Use“ oder „Technology“	W	14	-	-	-	-	-
55296	Wahlpflichtmodul A	W	7	-	-	-	-	-
55297	Wahlpflichtmodul B	W	7					
51590	Konfliktmanagement und Zeitmanagement	P	2	2	0	0	0	2
Summe			30	2	0	0	0	2
6. Semester								
56101	Praxisprojekt	P	15					
8998	Bachelorarbeit	P	12					
8999	Kolloquium	P	3					
Summe			30					

* Aus den Wahlmodulkatalogen „Design“, „Management“, „Social Use“ und „Technology“ ist jeweils ein Modul zu wählen.
Das Angebot der Wahlmodule erfolgt nach Maßgabe des FB.

Cr: Credits

P: Pflicht

W: Wahl

SWS: Semesterwochenstunden

V: Vorlesung

Ü: Übung

Pr: Praktikum

SU: Seminar, seminaristischer Unterricht

Nr.	Bezeichnung	P/W	Cr	SWS					Σ
				V	Ü	Pr	SU		
Wahlpflichtmodulkatalog „Design“									
55701	Designtheorie	W	7	4	0	2	0	6	
55702	Infotainment	W	7	4	0	4	0	8	
55703	Creative Design	W	7	4	0	4	0	8	
55704	Narrative	W	7	4	0	4	0	8	
55705	Web TV/Interactive TV	W	7	4	0	4	0	8	
55706	The Interface	W	7	4	0	4	0	8	
55707	Ausgewählte Kapitel „Design“	W	7	4	0	4	0	8	

Wahlpflichtmodulkatalog „Management“								
55708	Investitionsrechnung und Finanzierung	W	7	3	0	3	0	6
55709	Existenzgründung und Unternehmensstrategie	W	7	4	0	2	0	6
55710	Entrepreneurship and Innovation	W	7	4	0	4	0	8
55711	User-Centered Project Management	W	7	4	0	3	0	7
55712	Extended Enterprise	W	7	4	0	4	0	8
55713	Change Management	W	7	4	0	4	0	8
55714	Multimedia Management	W	7	4	0	4	0	8
55715	Ausgewählte Kapitel „Management“	W	7	3	0	3	0	6

Cr: Credits
V: Vorlesung

P: Pflicht
Ü: Übung

W: Wahl
Pr: Praktikum

SWS: Semesterwochenstunden
SU: Seminar, seminaristischer Unterricht

Nr.	Bezeichnung	P/W	Cr	SWS					Σ
				V	Ü	Pr	SU		
Wahlpflichtmodulkatalog „Social Use“									
55716	Integrated Business Communication	W	7	3	3	0	0	6	
55717	E-Learning	W	7	4	1	3	0	8	
55718	Research Techniques	W	7	4	0	4	0	8	
55719	Digital Divide	W	7	4	0	4	0	8	
55720	Community Building	W	7	4	0	4	0	8	
55721	Virtual Web Organisation	W	7	4	0	4	0	8	
55722	Ausgewählte Kapitel „Social Use“	W	7	3	0	3	0	6	
Wahlpflichtmodulkatalog „Technik“									
55723	Industrial Media Applications	W	7	4	0	3	0	7	
55724	User-Centered Development Techniques	W	7	4	0	3	0	7	
55725	Semantic Web	W	7	4	0	4	0	8	
55726	Content is King	W	7	4	0	4	0	8	
55727	Web Services / Multimedia Databases	W	7	4	0	4	0	8	
55728	Business Media	W	7	3	0	3	0	6	
55729	Media Services	W	7	3	0	3	0	6	
55730	Mobile TV	W	7	3	0	3	0	6	
55731	Ausgewählte Kapitel „Technik“	W	7	3	0	3	0	6	
Wahlpflichtmodulkatalog „National“									
55732	Angewandte Unternehmenskultur	W	8	3	3	0	0	6	
55733	Mediengeschichte	W	8	3	3	0	0	6	
55734	Multimedia-Projekt	W	8	2	0	4	0	6	
55735	Ausgewählte Kapitel C-MD	W	8	3	0	3	0	6	
Cr: Credits		P: Pflicht		W: Wahl		SWS: Semesterwochenstunden			
V: Vorlesung		Ü: Übung		Pr: Praktikum		SU: Seminar, seminaristischer Unterricht			

51190

5 Credits

Einführung in die Medientheorie

Die Studierenden erhalten eine fundierte Einführung in die Elemente, Funktionsweisen und Bedeutungen der Medien in allen Sektoren. Sie lernen mit den wichtigsten Fachbegriffen umzugehen, erhalten einen Überblick über die Entstehung der Medien sowie deren Bedeutung in bestimmten gesellschaftlichen Kontexten. Am Semesterende sind sie in der Lage, die verschiedenen Medien terminologisch, historisch und funktionell voneinander abzugrenzen und Grenzüberschreitungen zu bestimmen und zu definieren. Dank der Ausarbeitung von Referaten erhält jede/r Studierende einen fundierten Einblick in ein gesondertes Thema ihrer bzw. seiner Wahl, das die Studierenden damit zu einem Schwerpunkt machen.

51191

8 Credits

Grundlagen der Gestaltung

Im ersten Vorlesungsteil erfolgt eine Einführung in die Grundbegriffe der Ästhetik. Der nächste Teil befasst sich mit dem Themenkomplex „Farbe“. Um die unterschiedlichen Darstellungsarten von Farbe verstehen und richtig anwenden zu können, erfolgt zunächst eine Einführung

in die Natur des Lichts und der Farbe, in Farbtheorien und Farbmodelle. Im Zusammenhang mit der Behandlung der Prinzipien des Entwerfens, der Gestaltgesetze und der Lehre von den Kontrasten werden Einflüsse auf das Farbempfinden durch die gestalterische Arbeit besprochen. Der dritte Teil der Vorlesung widmet sich der Schrift. Hier geht es um die Entstehung lesbarer Schriften und die Einteilung der Schriften nach stilistischen Gesichtspunkten in Schriftfamilien unter Berücksichtigung aktueller Stilbewegungen. Im Anschluss befasst sich die Vorlesung mit der Typografie: Schriftgestaltung (Buchstabe, Wort, Zeilen), Proportionen, typografische Maßsysteme, die Gestaltung und Gliederung von Schriftgraden. Der vierte Vorlesungsteil geht auf die Grundzüge der Seiten- und Signetgestaltung sowie des Screen-Designs ein. Unter Rückgriff auf die eingangs behandelten ästhetischen Grundbegriffe werden nun die gestalterischen Kriterien besprochen. Der letzte Teil führt in das Desktop Publishing (DTP) mit Schwerpunkt auf den Publishing-Bereich ein und stellt zunächst Verfahren und Themen vor, die zur Vorbereitung farbiger Satzdateien zur Reproduktion auf einer kommerziellen Druckpresse von



Bedeutung sind (Druckvorstufe). Auf der Grundlage der vergleichenden Analyse der Farbdarstellung am Computerbildschirm und in der Druckreproduktion wird nochmals spezifisch auf die Eigenschaften von Farbe und die verschiedenen Farbmodelle eingegangen. Abschließend werden kurz typische Ungenauigkeiten und häufige Probleme im Druck sowie die buchbindnerische Weiterverarbeitung behandelt. Den Studierenden werden Kenntnisse vermittelt, die eine korrekte Anordnung einer Druckvorlage auf dem Druckbogen ermöglicht (z. B. Falzschema, Nutzen, Anschnitt, Beschnitt, Marken).

51192

8 Credits

Grundlagen der Computertechnik, Internet

Der erste Teil der Vorlesung bietet eine Einführung rund um das Thema Computer. Nach einem Überblick über den Verlauf der Historie bei der Entwicklung von Computern wird auf den Aufbau eines Computers eingegangen. Dazu gehören neben den funktionalen Komponenten auch die Themen Betriebssysteme und Programmiersprachen sowie Anwendungsprogramme. Grundsätzliches zum Programmieren und damit auch zum Aufbau von Algorithmen soll hier die Studierenden auf

eigene Programmierarbeiten vorbereiten. Zur Vorbereitung auf Teil 2 wird zusätzlich auf die Thematik Vernetzung und Netzwerke eingegangen. Die Studierenden sollen nach dieser Vorlesung überblicksmäßig verstehen, wie ein Computer funktioniert, wie er zu bedienen ist und wie er mit seiner Umwelt kommuniziert. Sie sollen als Kunde mit einem Informatiker reden und ihn verstehen können sowie Informatik-Konzepte kennen lernen, die sie möglicherweise auch auf andere Bereiche übertragen können.

Im zweiten Teil der Vorlesung wird in das Themenfeld „Internet“ eingeführt. Nach der Darstellung des historischen Hintergrundes wird auf die Funktionsweise und die Komponenten des Internets eingegangen. Wie setzen sich Adressen zusammen, was bedeuten Adressen und wer verwaltet sie? Welche Rolle spielen Provider? Ebenso werden die unterschiedlichen Dienste im Internet wie www, ftp, E-Mail usw. sowie deren Anwendungsbereiche beschrieben. Die Studierenden sollen im Umgang mit dem Internet insbesondere an unterschiedliche Suchtechniken herangeführt werden.

Grundlagen der Betriebswirtschaft, Projektmanagement

Das Modul führt in die betriebswirtschaftlich relevanten Grundlagen ein. Solche Grundtatbestände sind aber nicht nur von betriebswirtschaftlicher, sondern ebenso von rechtlicher Relevanz. Dem interdisziplinären Konzept des Studienganges folgend, werden die betriebswirtschaftlichen und rechtlichen Begriffe und Grundtatbestände in einem integrativen Ansatz präsentiert. Terminologien und Themenfelder wie Umsätze, Kosten und Unternehmenserfolge werden unter Einbezug der Ökonomie der Digitalisierung von Geschäftsprozessen in betriebswirtschaftlicher und in medienrechtlicher Hinsicht dargelegt. Vermittelt werden des Weiteren die Grundlagen der Struktur- und Ablauforganisationen im Unternehmen. Die Ausführungen werden ergänzt durch die Darlegungen zu den in der Wirtschaft vorfindbaren gängigen Unternehmensrechtsformen. Einen weiteren Teil des Inhalts dieses Moduls bilden die Ausführungen zu den Medienproduktionen, den Investitionen und deren Finanzierung sowie die Finanzierung der laufenden Betriebstätigkeiten

Einführung in die Journalistik

Die Studierenden erhalten eine fundierte Einführung in die verschiedenen journalistischen Textformen. Sie lernen mit den wichtigsten Elementen von Aufbau und Formulierung von Texten umzugehen, lernen die Unterschiede der Textformen (Nachricht, Bericht, Reportage, Interview, Kommentar, Essay) kennen. Sie erhalten einen Überblick über die Wirkung von Sprache, Schlagzeilen und den Einsatz von Fotos und grafischen Elementen. Sie kennen den Lesemarkt in der Bundesrepublik Deutschland und erhalten Vergleiche mit

anderen europäischen Ländern und der Entwicklung in den USA. Am Semesterende sind die Studierenden in der Lage, die Selektion von Informationen, Texten und Nachrichten selbstständig vorzunehmen und die verschiedenen Textformen selber zu formulieren. Sie kennen den Unterschied zwischen Selektion und Manipulation sowie zwischen Qualitätsjournalismus und Sensationsjournalismus. Sie sind mit den wesentlichen Inhalten des Presse- und des Persönlichkeitsrechts vertraut und lernen erste Gestaltungselemente im Print kennen.

Kommunikationstheorie und Dramaturgie

Die Studierenden erlernen die wesentlichen Elemente der Felder Kommunikation, Dramaturgie und Texterstellung sowie insbesondere den Zusammenhang zwischen diesen Feldern. Die Geschichte sowie wesentliche Elemente des Dramas und der Dramaturgie werden in ihren Wirkungen in verschiedenen Textsorten erarbeitet und erprobt. Die Studierenden erkennen die Funktionsweise und Bedeutung der textspezifischen Kommunikationsstrukturen und üben den zielorientierten Umgang damit ein. Des Weiteren erlernen die Studierenden das Identifizieren von Praxisbezügen in Theorien und damit den Zusammenhang von Theorie und Praxis. Anhand der klassischen Rede als schwierigstem rhetorischen Anwendungsgebiet werden Wirkungen erprobt und verglichen. Im Projekt im Bereich der Intertextualität – Aufgabe z.B.: Übertragung eines Prosatextes in einen Dramentext – erlernen die Studierenden die Besonderheiten der Textstrukturen, deren Analyse und ihre Wirkungen. Anhand des Schreibens von verschiedenen Textsorten wird das Umsetzen dramaturgischer Grundprinzipien und ihrer Wirkungsweisen erprobt.

Text- und Bildgestaltung, Dynamik von Internetauftritten

Die Vorlesung unterscheidet zwischen statischen und dynamischen Anwendungen. Aufbauend auf den in der Vorlesung „Grundlagen der Gestaltung“ erarbeiteten ästhetischen Grundlagen und Grundbegriffen geht es nun um den konkreten Text- und Bildaufbau, um die Textwirkung und die Steuerungsmerkmale. Im Bereich der Bildgestaltung sind hier zu nennen z. B. Flächenaufteilung, Hell-Dunkel-Verteilung, Farbigkeit, Beleuchtung, Perspektive und Einstellungsgrößen. Der zweite Teil der Vorlesung widmet sich der dynamischen Text- und Bildgestaltung. Zunächst werden verschiedene Animationstechniken und -formate vorgestellt, wobei der Schwerpunkt auf der Umsetzung für Web-Anwendungen liegt. Die Prinzipien der Animation werden anhand der gängigen Software in praktischen Übungen angewendet.

Licht-, Audio-, Video- und Digitalfilmtechnik

Teil 1: Audiotechnik

Grundlagen der Akustik | Schallquellen, Raumakustik, Zeit und Frequenzbereich, Wahrnehmung

Analoge Medientechnik | Mikrophon, Lautsprecher, Mischpulte und Effektkunde, Messtechnik, Aufnahmetechnik, Live- und Studio-Technik

Digitale Medientechnik | Signalwandler, Datenspeicherung, Mastering, Aufzeichnung, Archivierung

Überblick über Audioproduktionen | live oder für Medienträger-Produktionen

Teil 2: Lichttechnik

Grundlagen der Lichttechnik | Lichtspektrum und Farbwiedergabe, Farbtheorie (Wirkung, Schatten, Luft-, Lichtperspek-

tive), technische Optik, Lampen und Licht, Wahrnehmung, Messtechnik;

Licht | Bild, Film, Fernsehen und Video – Innen- und Außenbereich –, Lichtsysteme in Realität und im Virtuellen

Teil 3: Bild/Fotografie

Grundlagen der Fototechnik, Fotokamera und Aufzeichnung/Speicherung

Teil 4: Videotechnik – Überblick über analoge und digitale Film- und Videotechnik

Grundlagen der Videotechnik | Fernsehen, Kino, Business-TV, Conferencing, Projektion, Detailaufzeichnung, Video-Camcorder, Videoschnitt, Zubehör, virtuelle Welt, digitaler Filmschnitt und Mastering, Überblick über Video-, Medienproduktionen für live oder für Medienträger

Internes und externes Rechnungswesen

Internes Rechnungswesen

Eingangs werden Aufbau und Darstellungsweise von Planungsrechnungen erläutert und als Gesamtsystem der operativen Unternehmensplanung dargestellt. Ein Teilbereich der Ausführungen zu den Planungsrechnungen ist die Identifizierung und Konkretisierung geeigneter Sollvorgaben bei internetbasierten Geschäftsbereichen. Hier bieten sich Kennzahlen und Kennzahlensysteme als operative Größen an. Daran anschließend, werden die Inhalte des Controllings behandelt. Dem Soll-Ist-Vergleich liegt das Erläutern einer Datenbasis, aus der geeignete Ist-Daten bzw. Ist-Werte zu entnehmen oder abzuleiten sind, zugrunde. Einführend werden die Aufgabenstellungen der Kostenrechnung erläutert. Zugrunde liegen die Systematik der Kostenarten, Kostenstellen und Kostenträger sowie die Verbindung zwischen der Kostenrechnung und der Preiskalkulation anhand von Voll- und Teilkostenrechnungen. Die hier

gewonnenen Erkenntnisse werden auf die Preiskalkulation der Medien- und Internetbetriebe angewendet.

Externes Rechnungswesen | Die Gebiete Buchführung und Jahresabschluss werden mit den grundlegenden Buchhaltungstechniken, dem Buchhaltungsabschluss und der Aufstellung von Jahresabschlüssen behandelt. Dabei werden Unterschiede zwischen Unternehmen (z. B. Medien- vs. traditionelles Unternehmen) z. B. bei Wertansätzen berücksichtigt. Abschließend werden Bilanzierungsfragen im Zusammenhang mit Projektkosten in Verlags- und Internetunternehmen dargestellt.

52194

2 Credits

Einführung in das Schreiben für Print und Online

Die Studierenden erhalten eine fundierte Einführung in die verschiedenen journalistischen Formen des Recherchierens und Schreibens für Print und Online. Sie lernen mit den wichtigsten Elementen von Textaufbau für Print-Seiten in Zeitungen, Magazinen und Zeitschriften sowie Flyern und Werbebroschüren umzugehen, lernen die unterschiedlichen Wirkungen von Sprache, Texttechniken, Argumentation, Polemik, Analyse sowie weitere Textelemente kennen wie die Wirkung von Wörtern, Sätzen und kreativem Schreiben. Sie lernen die Erarbeitung von Strukturen, die Regie über das recherchierte Textmaterial, die Cluster-Methode und Selbstkritik. Sie erhalten einen Überblick über die unterschiedliche Wirkung von journalistischen Online-Auftritten im Vergleich zwischen Deutschland und den USA. Sie kennen die Marktkonkurrenz zwischen Print- und Onlinemedien und die wesentlichen Elemente redaktionellen Marketings. Am Semesterende sind die Studierenden in der Lage, in einer „Schreibwerkstatt“ medienspezifisch zu schreiben und Inhalte aufzuarbeiten in

den Medienkanälen Print und Online. Dazu dienen entsprechende Veröffentlichungen in den Tageszeitungen „Aachener Zeitung“ und „Aachener Nachrichten“ (Print) und deren Online-Editionen.

53190

7 Credits

Kommunikationstechniken

Die Studierenden lernen theoretisch fundiert und in zahlreichen praktischen Übungen das professionelle Auftreten. Im Rahmen eines ausführlichen Video-Coachings im Praktikum erstellt jede/r Studierende ihr bzw. sein persönliches Lampenfieberprofil und entwickelt Methoden der konstruktiven Lampenfiebertbearbeitung. Der Vorlesungsteil verbindet den theoretischen, analytischen und praktischen Teil. Die Studierenden lernen die Detailanalyse der Auftrittswirkung im Bereich sämtlicher wesentlicher Kommunikationskanäle und deren persönlichkeitsorientierte Anwendung. Am Semesterende haben alle Studierenden dank intensiven Coachings die Kunst des öffentlichen Auftritts erlernt und sind in der Lage, jeden mediengestützten oder direkten Auftritt in seinen Einzelelementen und in Bezug auf seine Wirkungsstruktur zu analysieren. Im Rahmen der gemeinsam durchgeführten Videoanalysen wird die Einzelanalyse eines Auftritts hinsichtlich verbalem, körpersprachlichem und prosodischem Verhalten trainiert. Des Weiteren erlernen die Studierenden Besonderheiten der beruflichen Kommunikation als Anwendungsbereich und erhalten eine erste Grundlage in Unternehmenskommunikation. Darüber hinaus kann textsortenübergreifend die professionelle Textkorrektur als ein zentrales Kommunikationsmittel in der späteren beruflichen Praxis trainiert werden.



53191

7 Credits

Mediengestaltung

Diese Vorlesung deckt den gesamten ästhetischen und arbeitsorganisatorischen Aspekt der Medienproduktion ab. Hier werden berufsbezogen die Grundlagen der Mediengestaltung vorgestellt. Der erste Teil befasst sich mit dem Printbereich und stellt die hierfür relevanten Produkte mit ihren Gestaltungsprinzipien und -möglichkeiten vor. Einerseits werden die ästhetischen Prinzipien und ihre Wirkungsmöglichkeiten vorgeführt, andererseits die arbeitsorganisatorischen Voraussetzungen erläutert und praktisch erprobt. Dabei werden die arbeitstechnischen Abläufe erklärt und in die nötigen Begrifflichkeiten eingeführt, was anhand eines Produktes (z. B. vom Manuskript zum fertigen Buch) veranschaulicht wird. Der zweite Teil behandelt die ästhetischen und arbeitsorganisatorischen Grundlagen der Mediengestaltung im Non-Print-Bereich wie Internet, DVD, Film. Hierbei geht es um die Prinzipien der Multimedia-Anwendungen, um Multimedia-Strukturen, um Grundsätze zur Entwicklung eines interaktiven Mediums. Die Gestaltung von Navigationselementen wird ebenso behandelt wie das Scribbeln. Ein Schwerpunkt liegt auf der Produktion für Multimedia-Anwendungen.

Grundlagen des Filmschnitts, Schnittanweisungen, Montageformen, Bild-, Töneinstellungen, Struktur und Planung eines MM-Produktes, Screen-Elemente und das Gesamtdrehbuch werden vorgestellt.

53192

7 Credits

Spezialgebiete der Audio-/Digitalfilmproduktion von Multimediaproduktionen

Teil 1: Audiotechnik

Vertiefung der Akustik und analogen

Medientechnik | Messung von Mikrofon, Lautsprecher, Frequenzgang von Mischpulten und Audio-Komponenten sowie Effektkunde;

Audiosysteme | MIDI und Surround-Sound; Produktionsprozesse: Audioproduktionen für live oder für Medienträger;

Audioproduktion | Interview, Diskussionsrunde, Hörspiel, Werbung, Soundeffekte, Filmmusik auf CD-Audio

Teil 2: Lichttechnik und Fotografie

Vertiefung der Lichttechnik/Fototechnik |

Lichtsteuersysteme;

Produktionsprozesse | Licht- und Bildgestaltung für Bühne, Festivals, Messe, Kongresse, Veranstaltungen und Studio;

Licht- und Bildproduktion | Personen und Gegenstände, natürliche und atmosphärische Ausleuchtung von Szenen,

Außenaufnahmen, Bühne und visuelle Effekte

Teil 3: Videotechnik und digitaler Film
Überblick analoge und digitale Film- und Videotechnik, Vertiefung der Videotechnik | Fernsehen, Kino, Business-TV, Konferenz, Projektion;
Produktionsprozesse für Video-, Medienproduktionen für live oder für Medienträger, virtuelle Szenen, Video-Produktion | DVD-Film, DV-Broadcast-Video, Web-Multimedia-Streaming;
Management der Produktionsdaten: | Medienhauptprodukt, Zweitverwertung, Projektdaten

Teil 4: Kurzreferat über aktuelle Medientechnologie
Erstellung einer Situationsanalyse für Unternehmen (u.a. Medienberatung, internationaler Fernsehsender, internationaler Lernmedienverlag), Themenanalyse | u.a. zukünftige Übertragungstechnik, effektive Filmproduktionsprozesse

53193 7 Credits
Grundlagen Marketing und Vertrieb, Produktion von Multimedia-Produkten
Marketing und Vertrieb | Hier werden die Grundlagen einer marktorientierten Unternehmensführung allgemein und mit Bezug auf die Unternehmen der Medien- und Internet-Branche vermittelt. Der Schwerpunkt liegt auf den Gebieten Marketing, Vertrieb, Preis- und Kommunikationspolitik, Marktforschung, Werbung und Public Relations. Dabei werden Verbindungen und Unterschiede zwischen klassischen

Instrumenten und den neueren deutlich gemacht.

Produktion von Multimedia-Produkten | Gegenstandsbereich dieses Teils ist die Ökonomie der Multimedia-Produkte. Herauszuarbeiten sind die durch die Konvergenz der Medien gegebenen Verbund- und Kostenwirkungen. Sie führen zu veränderten Kostenstrukturen. Ergänzt werden die ökonomischen Bezüge der Multimedia-Produktionen durch Hinweise auf rechtliche Hintergründe, die im Modul „Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre und Medienrecht“ behandelt wurden oder noch im Modul „Internet-Business-Anwendungen, IT-Security, Online-Recht“ behandelt werden.

53194 2 Credits
Verhandlungstechniken und Moderation
Die Studierenden erlernen die Grundfunktionsweisen der aktuellen Verhandlungstechniken auf Grundlage des Harvard-Konzeptes. In Theorie und praktischen Anwendungen erlernen sie die Umsetzung der wesentlichen Elemente (u.a. Trennung von Mensch und Problem, Trennung von Position und Interessen etc.). Anhand von unterschiedlich komplexen Beispielen werden die Grundelemente schrittweise angeeignet. Im Bereich der Moderation werden die wesentlichen Verhandlungsschritte umgesetzt sowie in der praktischen Anwendung Führungskompetenzen erworben, indem die verschiedenen vorgestellten Moderationstechniken themen- und situationsspezifisch umgesetzt werden.



Allgemeine Informationen

Organisatorisches

Bewerbungsverfahren | Pro Jahrgang werden in der Regel 30 Studierende aufgenommen. Die Aufnahme erfolgt ausschließlich zum Wintersemester.

Die Anmeldefrist zur Teilnahme an der Prüfung zur besonderen studiengangbezogenen Eignung endet am 31. März des jeweiligen Jahres. Den Anmeldebogen sowie weitere Informationen dazu finden Sie unter www.etechnik.fh-aachen.de

Die Prüfung selbst findet in der Regel im April statt, Einladungen mit den genauen Angaben gehen den Angemeldeten nach Ablauf der Anmeldefrist zu. Mit einer bestandenen Prüfung können Sie sich innerhalb der Bewerbungsfrist online um einen Studienplatz bewerben unter www.fh-aachen.de

Der Studiengang unterliegt dem Orts-Nummerus-Clausus.

Fristen | Anmeldefrist Eignungsprüfung: 1. Januar bis 31. März, Bewerbungsfrist Studienplatz: 1. Mai bis 15. Juli

Kosten des Studiums | Alle Studierenden müssen jedes Semester einen Sozialbeitrag für die Leistungen des Studentenwerks und einen Studierendenschaftsbeitrag für die Arbeit des AStA (Allgemeiner Studierendenausschuss) entrichten. Im Studierendenschaftsbeitrag sind die Kosten für das NRW-Ticket enthalten. Die Höhe der Beiträge wird jedes Semester neu festgesetzt. Die Auflistung der einzelnen aktuellen Beiträge finden Sie unter www.fh-aachen.de/sozialbeitrag.html

Eine Erhebung von zusätzlichen Studienbeiträgen ist von der Landesregierung NRW ab dem Wintersemester 2011 nicht mehr vorgesehen.

Modulbeschreibungen und Vorlesungsverzeichnis | sind online verfügbar unter www.campus.fh-aachen.de

Adressen

Fachbereich Elektrotechnik und Informationstechnik

Eupener Straße 70
52066 Aachen
T +49.241.6009 52110
F +49.241.6009 52190
www.etechnik.fh-aachen.de

Communication and Multimedia Design

Goethestraße 1
52064 Aachen
www.etechnik.fh-aachen.de
cmd@fh-aachen.de

Dekan

Prof. Dr.-Ing. Michael Trautwein
T +49.241.6009 52100
trautwein@fh-aachen.de

Prüfungsausschussvorsitzender und ECTS-Koordinator

Prof. Dr.-Ing. Thomas Siepmann
T +49.241.6009 52132
siepmann@fh-aachen.de

Fachstudienberater, Informationen zur Eignungsprüfung

Dipl.-Des. Peter Zymelka
T +49.241.6009 52406
cmd@fh-aachen.de

Allgemeine Studienberatung

Hohenstaufenallee 10
52064 Aachen
T +49.241.6009 51800/51801
www.fh-aachen.de/studienberatung.html

Studierendensekretariat

Stephanstraße 58/62
52064 Aachen
T +49.241.6009 51620
www.fh-aachen.de/studentensekretariat.html

Akademisches Auslandsamt

Hohenstaufenallee 10
52064 Aachen
T +49.241.6009 51043/51019/51018
www.fh-aachen.de/aaa.html

Impressum

Herausgeber | Der Rektor der FH Aachen
Kalverbenden 6, 52066 Aachen
www.fh-aachen.de
Auskunft | studienberatung@fh-aachen.de

Redaktion | Der Fachbereich Elektrotechnik und Informationstechnik
Gestaltungskonzeption, Bildauswahl | Ina Weiß,

Jennifer Loettgen, Bert Peters, Ole Gehling |
Seminar Prof. Ralf Weißmantel, Fachbereich Gestaltung
Satz | Dipl.-Ing. Philipp Hackl, M.A., Susanne Hellebrand,
Stabsstelle Presse-, Öffentlichkeitsarbeit und Marketing
Bildredaktion | Dipl.-Ing. Philipp Hackl, M.A.,
Dipl.-Ing. Thilo Vogel, Simon Olk, M.A.
Bildnachweis Titelbild | FH-Aachen

Stand: Dezember 2010

