



Kommunikationsdesign

Bachelor of Arts (B.A.)

FACHBEREICH 04
GESTALTUNG



Gestaltung

- 07 Tätigkeitsfelder
- 08 Berufsaussichten
- 11 Kompetenzen

Vor dem Studium

- 13 Zugangsvoraussetzungen

Der praxisnahe Studiengang

- 17 Industriekontakte/Kooperationen
- 18 Im Profil
- 20 Studienplan
- 24 Die Module im Detail

Allgemeine Informationen

- 33 Organisatorisches
- 34 Adressen

Alle Informationen zum Studiengang Kommunikationsdesign 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.



Vorwort

Kommunikationsdesign

Dass man nicht nicht kommunizieren kann, wie Paul Watzlawick 1969 postulierte, ist eine Tatsache, die man oft im täglichen Leben beobachtet. Ein schwacher Händedruck, eine zu laute Begrüßung oder schlichtweg die falsche Ansage zu einem ungünstigen Zeitpunkt können Botschaften aussenden, die unbewusste Kommunikationsprozesse in Gang setzen.

Kommunikation findet demnach auf vielen Ebenen statt, und in einer immer komplexer werdenden Gesellschaft ist die Kunst der gezielten Kommunikation ein wichtiges Werkzeug, um Inhalte zu verdeutlichen. Dabei spielt die zielgruppengerechte Ansprache eine entscheidende Rolle.

Einen großen Bereich stellt dabei die visuelle Kommunikation dar. Die Tatsache, dass auch die letzte große Tageszeitung (FAZ) seit Oktober 2007 eine farbige Abbildung auf ihrem Titel publiziert, deutet auf einen Wandel der Wahrnehmung hin. Das Bild an sich gewinnt eine Bedeutungs- und Informationsebene, die über die Illustration eines verbalen Inhalts weit hinausgeht.

In einem Kommunikationsdesignstudium beschäftigen wir uns mit allen Facetten der visuellen und verbalen Kommunikation.

Grafik-

Design, Fotografie, Illustration, Fontdesign, Film, Animation und Webdesign bilden die künstlerischen Ausdrucksmöglichkeiten, um in den Feldern Werbung, Corporate Design, Editorial Design, Informationsdesign, Unternehmenskommunikation oder Kulturmarketing, die entsprechenden Inhalte zielgruppengerecht zu kommunizieren. Die Reflexionen in den Theorieangeboten

Design-

theorie und Kunst- und Designgeschichte bilden eine wesentliche Grundlage des Studiums.

In welchem Beruf man seine erlangten Fähigkeiten nach einem Studium einsetzt, hängt sehr von der eigenen Auffassung, Begabung und Schwerpunktbildung ab. Wer weiß, wo die eigenen Grenzen liegen, wie man sie ständig erweitern kann und was es bedeutet, eine Haltung zu entwickeln, wird sich in einem ständig verändernden Markt behaupten können. Die Kreativwirtschaft als Wachstumsmarkt bietet eine große Vielfalt an Berufsmöglichkeiten.

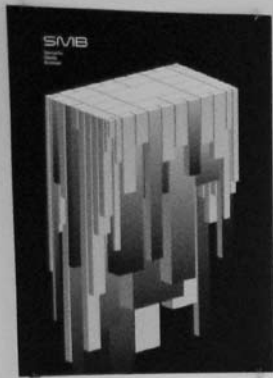
In diesem Entwicklungsprozess hin zu einer eigenständigen Gestalterpersönlichkeit werden im Laufe des Bachelorstudiums an der FH Aachen im Fachbereich Gestaltung unterschiedliche Phasen durchlaufen. Von den Gestaltungsgrundlagen bis hin zu komplexen Designprojekten werden von Anfang an individuelle Kommunikationslösungen erarbeitet.

Der soziale Zusammenhalt unter den Studierenden, Teamworkprojekte auch in Kooperation mit dem Studiengang Produktdesign und individuelles Coaching sind wesentliche Bestandteile unseres Studienangebots.

Und immer gehört eine Portion Mut und Experimentierfreude dazu, denn um neue Wege einzuschlagen, darf Gelerntes auch immer wieder hinterfragt werden.

Prof. Dipl.-Des. Ilka Helmig
Dekanin des Fachbereichs Gestaltung

Gestaltung



Tätigkeitsfelder

Zeichen setzen.

Immer und überall werden Informationen kommuniziert. Vom Sender zum Empfänger, von A nach B. Das klingt blutleer und abstrakt, oder?! Sagen wir es schöner: Unser Leben wird jeden Tag in Szene gesetzt, im Kleinen wie im Großen. Der Fahrplan an der Bushaltestelle, der Messestand, die Regierungserklärung, der Sound eines Sportwagenmotors – dahinter steckt der Wille sich mitzuteilen. Kommunikationsdesigner verleihen diesem Willen eine Gestalt. Sie bringen die Inhalte auf den Weg, wählen das richtige Medium, setzen die richtigen Zeichen, senden die richtigen Signale. Ihre Tätigkeit besteht aus Konzeption, Entwurf und Gestaltung.

Kommunikation designen ist ein sehr komplexer Vorgang. Es geht natürlich nicht nur darum, „wie“ etwas gesagt wird, sondern auch „was“ gesagt wird. Form und Inhalt. Der Gestaltungsprozess ist kreativ und funktioniert nicht nach dem Prinzip „Münze einwerfen, Design entnehmen“. Es geht um die geistige Durchdringung, nicht um ein paar Tastenkombinationen.

Der Kommunikationsdesigner beherrscht die Gestaltungsdisziplinen. Eine Grafik zeigt Interpretationen, ein Bild Perspektiven, ein Film erzählt Geschichten, Töne wecken Gefühle, Typografien unterstreichen Haltungen, mehrdimensionale Animationen vermitteln Räume. Bewusste konzeptionelle Entscheidungen fußen auf einem soliden technischen und wissenschaftlichen Sachverstand. Ideen werden durch Querverbindungen zu Kunst und Medien gespeist.

Information wird Inhalt – da liegt die Messlatte, und die erreicht der Designer nur mit der richtigen Auffassung. Design ist für ihn nicht gleichzusetzen mit Hochglanz und Glätte; er kennt die Sollbruchstellen, die Risse, das Leben. Er ist sensibel für die Wahrnehmung und Wirkung seines Produkts und gestaltet mit Empathie und Mut. Denn „Information“ und „Inhalt“ verhalten sich zueinander wie „Reden“ und „Sagen“. Ich kann viel reden und dabei gar nichts sagen. Inhalt ist Standpunkt ist Mut.

Der Bachelorstudiengang „Kommunikationsdesign“ ist nicht auf das eine Tätigkeitsfeld ausgerichtet, weil es das nicht gibt. Die Studierenden lernen, sich auf dem Marktplatz der Kreativen zu recht zu finden. Sie sind konzeptstarke Berater und haben im Schaffensprozess immer das Ergebnis vor Augen.

Tätigkeitsfelder

medienbezogen

- > in Printmedien (Zeitschriften, Broschüren, Bücher, Plakate, Werbekampagnen, etc.)
- > in interaktiven Medien (Internet, DVD, Programminterfaces, Spiele, etc.)
- > in Film, Fernsehen und Radio
- > im 3D-Design (Display, Verpackung, Ausstellung, Messestand, etc.)

zweckbezogen

- > in der Werbung
- > im Branding
- > beim Corporate Design/Communication
- > in Information
- > in Orientierung
- > in der Didaktik
- > in der Unterhaltung

Berufsaussichten Erfolg verzeichnen.

Schöne Aussichten auf dem Arbeitsmarkt? Wer Argumente gegen das Kommunikationsdesign-Studium sucht, findet sie. Die Konkurrenz ist groß und die Budgets der kleinen und mittelständischen Unternehmen für Kommunikationsaktivitäten sind tendenziell klein. Den öffentlichen und privaten Kulturinstitutionen fehlt bis auf eine Handvoll prominenter Ausnahmen ebenso das Geld. Also stürzt sich das Gros auf die Medien, von denen einige es sich wegen der großen Nachfrage leisten, Stellen zum Teil auf halbe Jahre zu befristen und Gehälter zu drücken.

Das heißt? Dass die Planbarkeit des engmaschigen Studienverlaufs sich nicht automatisch auf Stellensuche, Vorstellungsgespräch und Arbeitsvertrag weiterdenken lässt. Mit der Urkunde in der Hand haben die Absolventen keinerlei Garantie – aber eine sehr wertvolle Option, eine reelle Chance. Sie werden nicht für den einen Arbeitsmarkt ausgebildet, sondern finden sich auf vielen Märkten zurecht; sei es in Werbe- und Medienagenturen, Design-Büros oder in Unternehmen mit eigener Kommunikationsabteilung; sei es in der Verlagswirtschaft oder den Print-, Online-, Rundfunk- oder Fernseh-Medien.

Ob Art Director, Art Worker, Illustrator, Typograf, Grafiker, Konzeptioner, Screen-, Interface- oder Mobile-Media-Designer, es geht bei jeder fachlichen Spezifikation immer um den Dreiklang: Konzept, Entwurf, Gestaltung. Hinzu kommt die Beratungsleistung, die jeder Designer als wichtiges Alleinstellungsmerkmal begreifen sollte.

Alleinstellung – richtiges Stichwort. Worauf kommt es letztlich an? Während des Studiums am Fachbereich Gestaltung können junge Menschen zu kreativen Persönlichkeiten reifen. Sie entwickeln die Fähigkeit, sich intelligent und intellektuell im Sinne des Kunden und der Zielgruppe mit Kommunikation auseinanderzusetzen. Damit stehen Türen offen. Schöner Beruf, schöne Aussichten!



INPUT
OUTPUT



SHAMSOU

charisme d'orient

MAKE UP



Aus dem wertvollen Öl des Arganbaumes – dem Gold aus Marokko.

Kompetenzen

Unkontrollierbar, bewandert, kreativ.

Wenn von Kreativität die Rede ist, von Innovation und Spontaneität, dann steigt oft die Schwafelkurve ins Unendliche. Umso mehr müssen kreative, innovative und spontane Denker ihren Status verteidigen und ihren Arbeitsergebnissen jegliche Beliebigkeit entziehen. Das lernen die Kommunikationsdesigner am Fachbereich Gestaltung. Dieses Ziel ist der berühmte rote Faden, der sich durch das gesamte Studium zieht. Eine Idee ist erst eine Idee, wenn für ihre Realisierung die konzeptionellen, gestalterischen und technischen Fähigkeiten vorhanden sind. Die Absolventen lernen außerdem, mit Augenmaß, Disziplin und Struktur an Projekte heranzugehen.

In kleinen Seminargruppen und im ständigen Kontakt mit Professoren und Mitarbeitern wird zudem die Interaktion im Team geschult. Wer Kommunikationsexperte sein will, muss kommunizieren können. Dialog heißt zuhören und sich einbringen, einen Gedanken aus der Hand geben und ihn sich entwickeln lassen, um ihn dann wieder einzufangen.

Neben den gestalterischen und technischen Grundlagen bilden weitere Module des Bachelorstudiums zahlreiche designrelevante Disziplinen ab: zum Beispiel Marketing, Kunstgeschichte, Designgeschichte, Architektur und Literatur. Im Gleichschritt mit den Lehrveranstaltungen erkunden die Studierenden bereits das „echte Leben“. Sie tauchen ein in Projekte, übernehmen Verantwortung, agieren vernetzt, über die Disziplingrenzen hinweg und schärfen Sinn und Verstand für zukünftige Herausforderungen.

Vor dem Studium



Zulassungs- voraussetzungen

Zulassungsvoraussetzungen für den Bachelorstudiengang Kommunikationsdesign ist die Fachhochschulreife oder die allgemeine Hochschulreife. Zudem legen die StudienbewerberInnen im Bewerbungsverfahren eine künstlerisch-gestalterische Eignungsprüfung ab. Dies können sie entweder am Fachbereich Gestaltung der FH Aachen oder an einer anderen FH mit entsprechendem Design-Studiengang in NRW.

Darüber hinaus müssen alle zukünftigen Studierenden ein zwölfwöchiges Praktikum nachweisen können, etwa in einer Werbeagentur, einem Verlag oder einer Internetfirma. Mindestens acht Wochen des Praktikums sind bis zum Beginn des ersten Semesters abzuleisten, die restlichen vier Wochen können bis zum Beginn des dritten Semesters erbracht werden. Eine Berufsausbildung, eine Berufstätigkeit oder ein Jahrespraktikum in einem studienrelevanten Bereich machen das geforderte Praktikum eventuell überflüssig. Die Entscheidung hierüber trifft der Prüfungsausschuss des Studiengangs.

Bewerbung | Ein Studienplatz im Bachelorstudiengang Kommunikationsdesign ist nur über die im Vorfeld stattfindende Eignungsprüfung zu erlangen. Für die Teilnahme an der mehrteiligen Prüfung steht ein Bewerbungsformular frühzeitig zum Download bereit unter: www.fh-aachen.de

Eignungsprüfung | In dieser Prüfung im Frühjahr stellt der Fachbereich Gestaltung anhand mehrerer Teilprüfungen fest, ob die BewerberInnen vor allem im Hinblick auf ihre künstlerisch-gestalterische Begabung für das Studium geeignet sind.

Im ersten Teil der Prüfung stellt der Fachbereich eine mehrteilige gestalterische Hausaufgabe. Etwa sechs Wochen vor der Prüfung wird den BewerberInnen das Thema der Hausarbeit sowie Informationen über Ort und Zeitpunkt der Prüfung schriftlich übermittelt.

Im zweiten Teil der Prüfung legen die BewerberInnen eine Mappe mit Arbeiten vor, die einen Beleg ihrer Begabung darstellen. Die Zusammenstellung wird vom Fachbereich nicht

Weitere Informationen zur Anerkennung des Praktikums:
www.fh-aachen.de/bewerb_quali_bach.html

Formular zur Teilnahme an der Eignungsprüfung unter:
www.fh-aachen.de

>

vorgeschrieben. Am besten stellen sich die BewerberInnen selbst Aufgaben und Themen für ihre Mappe. Generell werden keine Fähigkeiten und Kenntnisse abgefragt, die erst durch das Studium erworben werden sollen. Auch die technischen Fähigkeiten sind nur von sekundärem Interesse. Allerdings ist eine Mappenberatung möglich und sollte in Anspruch genommen werden.

Darüber hinaus stellen die BewerberInnen auf maximal einer DIN-A4-Seite ein Statement zu ihren Beweggründen für die Wahl des Studiums Kommunikationsdesign zusammen. Im Wesentlichen soll hier erklärt werden, warum die Wahl auf den Bachelorstudiengang Kommunikationsdesign in Aachen fiel, in Abgrenzung zu anderen kreativen Studiengängen wie etwa Kunst.

Am Tag der Eignungsprüfung beurteilt der zuständige Ausschuss schließlich den Umgang der BewerberInnen mit den Anforderungen der mehrteiligen Hausaufgabe sowie die Bewerbungsmappe mit einer Gewichtung von jeweils 50%.

Hauptkriterien der Bewertung sind

- > Wahrnehmungsfähigkeit
- > Vorstellungsfähigkeit
- > Darstellungsfähigkeit

Bei Bedarf wird die Aufnahmeprüfung vom Fachbereich Gestaltung noch durch ein persönliches Gespräch ergänzt.

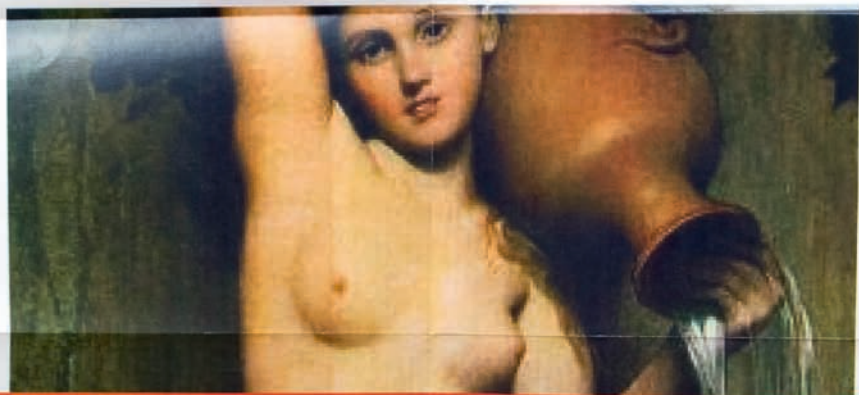
Prüfungsergebnis | Das Ergebnis der Prüfung wird in der Regel nach vierzehn Tagen per Post zugestellt. Aus datenschutzrechtlichen Gründen dürfen keine telefonischen Auskünfte erteilt werden.

Mit einem positiven Ergebnis der Eignungsprüfung ist eine Bewerbung für den Studiengang Kommunikationsdesign innerhalb der Bewerbungsfrist möglich.

Termine für die Mappenberatung sind zu finden unter:
www.fh-aachen.de

Die Anmeldung erfolgt direkt an der FH Aachen. Eine Online Bewerbung ist möglich unter:
www.fh-aachen.de/bewerb_unterlagen.html

DEUTSCHE
GESELLSCHAFT
FÜR GESCHICHTE
DER MEDIZIN
NATURWISSENSCHAFT
UND TECHNIK



DGGMNT JAHRESTAGUNG 2010

*Essen und Trinken in der Geschichte der
Medizin, Naturwissenschaft und Technik*

29. bis 31. September 2010 / Maastricht



Der praxisnahe Studiengang Kommunikationsdesign



Industriekontakte/ Kooperationen

Losgelassen. Eingebunden.

Gegen einen Sprung ins kalte Wasser ist nichts zu sagen, aber man sollte schwimmen können. Die Studierenden des Fachbereichs Gestaltung lernen in zahlreichen Kooperationen mit Unternehmen und öffentlichen Einrichtungen den Übertrag: Eine Idee wird aus dem Studienkontext in das reale Leben transportiert. Auf die Messe, an den Point of Sale, in das Museum und damit in die öffentliche Wahrnehmung. In der Präsentation eigener Denkprozesse feilen sie an Argumentation und Konzeptverständnis, treffen auf Kritik und Zustimmung, bewegen sich souverän auf (kultur-)wirtschaftlichem Terrain.

Stellvertretend seien folgende Projekte genannt:

THE AFTERNOON TRAVELTYPE PERFORMANCE, Kult.Tour, 2009 |

Studierende der Studiengänge Kommunikationsdesign und Produktdesign starteten eine groß angelegte Performance im und um den Aachener Hauptbahnhof. Sie platzierten über hundert dreidimensionale Zeichen im öffentlichen Raum.

„Entwicklung von Demonstratoren“, BASF, 2007 | Der Chemiekonzern BASF realisierte ein Set von Produktionsmustern, die von Studierenden der Studiengänge Kommunikationsdesign und Produktionsdesign entwickelt worden sind. Diese „Demonstratoren“ werden im Kundengespräch eingesetzt, um Eigenschaften von neuen Materialien zu veranschaulichen.

Seit Jahren arbeiten wechselnde Teams von Studierenden an dauerhaften Projekten des Fachbereichs. So erscheint die Zeitschrift **BOXHORN Magazin** seit über zehn Jahren. Recherche, Organisation, Finanzierung und Gestaltung liegen in der Hand der Studierenden. Zum festen Bestandteil des kulturellen Lebens zählt in Aachen auch die jährliche Präsentation von Filmproduktionen unter dem Motto **„Showtime“**. Dauerhaft präsent ist der Fachbereich Gestaltung auch auf der **Boot Düsseldorf** und der **Internationalen Möbelmesse Köln**. Junge Kommunikationsdesigner aus Aachen zählen regelmäßig zu den Gewinnern von bundesweiten und internationalen **Corporate Design-Wettbewerben**. In Kooperation mit dem **Ludwig Forum für internationale Kunst** entstehen darüber hinaus gemeinsame Projekte und Ausstellungen.

Im Profil

Der Studiengang

Im Mittelpunkt des siebensemestrigen Studiums Kommunikationsdesign steht das ganzheitliche Projektstudium, um die methodischen und fachlichen Aspekte aus den Bereichen Grundlagen-, Theorie- und Schlüsselqualifikationen praxisnah zu erlernen. Die Inhalte werden anhand von realen Aufgabenstellungen in der Projektarbeit – wann immer möglich auch von externen Auftraggebern aus Wirtschaft und Kultur – von und mit den Studierenden erarbeitet.

Aachener Modell | Das Aachener Modell 7+3 räumt dem Bachelorstudium sieben Semester ein, um die Qualität dieses ersten berufsqualifizierenden Abschlusses auf hohem Niveau anbieten zu können. Des Weiteren stellen die mit diesem Abschluss erworbenen 210 ECTS Punkte die Kompatibilität mit weiterführenden Masterstudiengängen in der EU sicher. Das Modell 7+3 trägt den Kerngedanken des europaweiten Austauschs in sich.

Im ersten Studienjahr stehen die folgenden sechs gestalterischen Grundlagenprojekte auf dem Studienplan:

- > Visuelle Komposition
- > Struktur/Interaktion
- > Typografie/Layout
- > Bildnerische Wahrnehmung
- > Bild/Text/Wirkung
- > Erzählen/Bewegtbild

Diese werden durch die gestalterischen Grundlagenmodule Farbe, Form, Komposition und Zeichnerische Grundlagen komplettiert. Zudem werden weitere fachliche Grundlagen in audiovisuellen und computergestützten Technologien sowie in Kunst- und Designgeschichte vermittelt.

Methodische und wissenschaftliche Bezüge werden gezielt im ausgewiesenen Modul Bezugswissenschaften hergestellt.

Zwei verpflichtende Kurzprojekte pro Semester im Modul Konzeption und Entwurf gewährleisten im zweiten Studienjahr die Teilnahme an einer Vielzahl von praxisnahen Projekten. Zudem

haben Studierende bereits hier die Möglichkeit, eigene Schwerpunkte in den folgenden Bereichen zu setzen:

- > Art Direction/Werbung
- > Bewegtbild/AV
- > Bildnerische Gestaltung/Illustration
- > Unternehmenskommunikation/Corporate Design
- > Editorial Design
- > Interaktion/Interface
- > Orientierungssysteme/Messe/Event
- > Tyledesign
- > Informationsarchitektur
- > Visuelle Konzeption
- > Packaging Design

Darüber hinaus werden die technischen Fächer weiter vertieft und die theoretischen Angebote umfassen nun die Fächer Kunstwissenschaft, Medienwissenschaft, Designtheorie/Designgeschichte und Marketing. In gemeinnützigen Teamprojekten wie Diplom- oder Event-AGs lernen die Studierenden, ihre gestalterische Kompetenz in den konkreten Arbeitsalltag ihrer Hochschule einzubringen.

Im dritten Studienjahr konzentriert sich die Projektarbeit auf zwei umfassende Semesterprojekte, die bereits die Arbeit eines Designers oder einer Designerin unter realen Bedingungen widerspiegeln. Die Kooperationen mit Firmen und öffentlichen Auftraggebern wird vertieft, um in der letzten Phase des Studiums die berufliche Nähe der Ausbildung zu verdichten. Außerdem besteht die Möglichkeit, ein Semester an einer ausländischen Hochschule zu studieren.

Im siebten Semester schließt das Studium mit der Bachelorthesis ab. Ein in die Bachelorprüfung integriertes Kolloquium fordert die Fähigkeit der Studierenden, über ihre Arbeiten zu diskutieren und auf der Ebene konstruktiver Kritik zu verhandeln. Mit einer abschließenden öffentlichen Präsentation stellen sich die Studierenden mit ihrem Bachelorprojekt einer breiten Öffentlichkeit, die über den Rahmen der Hochschule hinausgeht.

Kommunikationsdesign mit Praxissemester | Der Studiengang Kommunikationsdesign mit Praxissemester (B.A.) erlaubt es den Studenten in acht Semestern den Abschluss zu erlangen und im 5., 6. oder 7. Semester ein Praktikum in einem fachaffinen Unternehmen im In- und Ausland zu absolvieren.

Studienplan

Nr.	Bezeichnung	P/W	Cr	SWS			
				V	Ü	Pr	Σ
1. Semester / 2. Semester							
Design Grundlagen							
41110 (1.S)	Gestaltung: Grundlagenprojekte 1	P	10	-	-	9	9
42110 (2.S)	Gestaltung: Grundlagenprojekte 2	P	10	-	-	9	9
41140 (1.S)	Farbe, Form, Komposition 1	P	4	-	4	-	4
42140 (2.S)	Farbe, Form, Komposition 2	P	4	-	4	-	4
41150 (1.S)	Zeichnerische Grundlagen 1	P	4	-	4	-	4
42150 (2.S)	Zeichnerische Grundlagen 2	P	4	-	4	-	4
Technik 1							
42510 [bM]	Grundlagen Drucktechnologie 1	W	5 [bM]	-	4	-	4
42511 [uM]			4 [uM]				
42520 [bM]	Grundlagen Fotografie 1	W	5 [bM]	-	4	-	4
42521 [uM]			4 [uM]				
42530 [bM]	Grundlagen Audio/Video 1	W	5 [bM]	-	4	-	4
42531 [uM]			4 [uM]				
42540 [bM]	Grundlagen Computertechnik/EP 1	W	5 [bM]	-	4	-	4
42541 [uM]			4 [uM]				
Designwissenschaften 1							
42210	Kunstgeschichte	P	4	2	-	-	2
42220	Designgeschichte	P	4	2	-	-	2
42230	Bezugswissenschaften	P	3	2	-	-	2
Summe			60	6	28	18	52

P: Pflicht, W: Wahl Cr: Credits
V: Vorlesung/ Seminaristischer Unterricht Ü: Übung
bM: benotete Modulprüfung, uM: unbenotete Modulprüfung

SWS: Semesterwochenstunden
Pr: Praktikum/ Praktikum
1-6.S: 1-6. Semester

Nr.	Bezeichnung	P/W	Cr	SWS			
				V	Ü	Pr	Σ
3. Semester / 4. Semester							
Konzeption und Entwurf							
43110 (3.S)	Projekt 1	P	8	-	-	4	4
43120 (3.S)	Projekt 2	P	8	-	-	4	4
44110 (4.S)	Projekt 3	P	8	-	-	4	4
44120 (4.S)	Projekt 4	P	8	-	-	4	4
Technik 2							
44510 [bM]	Drucktechnologie 2	W	5 [bM]	-	4	-	4
44511 [uM]			4 [uM]				
44520 [bM]	Fotografie 2	W	5 [bM]	-	4	-	4
44521 [uM]			4 [uM]				
44530 [bM]	Audio/Video 2	W	5 [bM]	-	4	-	4
44531 [uM]			4 [uM]				
44540 [bM]	Computertechnik/EP 2	W	5 [bM]	-	4	-	4
44541 [uM]			4 [uM]				
Designwissenschaften 2							
44610	Designtheorie/Designgeschichte	W	4	2	-	-	2
44620	Kunstwissenschaften	W	4	2	-	-	2
44630	Medienwissenschaften	W	4	2	-	-	2
44640	Marketing	W	4	2	-	-	2
Allgemeine Kompetenzen 1							
44210	Schlüsselqualifikationen 1	P	3	1	-	-	1
Summe			60	7	12	16	35

Hinweis | Durch die Umsetzung von Akkreditierungsaufgaben kann es zu geringfügigen Änderungen des Studienverlaufsplans kommen.

P: Pflicht, W: Wahl Cr: Credits
V: Vorlesung/ Seminaristischer Unterricht Ü: Übung
bM: benotete Modulprüfung, uM: unbenotete Modulprüfung

SWS: Semesterwochenstunden
Pr: Praktikum/ Praktikum
1-6.S: 1-6. Semester

Nr.	Bezeichnung	P/W	Cr	SWS			
				V	Ü	Pr	Σ
5. Semester / 6. Semester							
Projekte Kommunikationsdesign							
45110 (5.S)	Projekte 1	P	20	-	-	6	6
46110 (6.S)	Projekte 2	P	20	-	-	6	6
Designwissenschaften 3							
46510 [bM]	Designtheorie	W	5 [bM]	2	-	-	2
46511 [uM]			4 [uM]				
46520 [bM]	Kunstwissenschaften	W	5 [bM]	2	-	-	2
46521 [uM]			4 [uM]				
46530 [bM]	Medienwissenschaften	W	5 [bM]	2	-	-	2
46531 [uM]			4 [uM]				
46540 [bM]	Marketing	W	5 [bM]	2	-	-	2
46541 [uM]			4 [uM]				
Fachliche Sondergebiete							
46212	Fachliche Sondergebiete	P	4	2	-	-	2
Allgemeine Kompetenzen 2							
46210	Schlüsselqualifikationen 2	P	3	1	-	-	1
Summe			60	9	-	12	21
7. Semester							
Bachelor							
8997	Praxisprojekt	P	15	-	-	-	-
8998	Bachelorarbeit	P	12	-	-	-	-
8999	Kolloquium	P	3	-	-	-	-
Summe			30	-	-	-	-

P: Pflicht, W: Wahl Cr: Credits
 V: Vorlesung/ Seminaristischer Unterricht Ü: Übung
 bM: benotete Modulprüfung, uM: unbenotete Modulprüfung

SWS: Semesterwochenstunden
 Pr: Praktikum/ Praktikum
 1-6.S: 1-6. Semester



Die Module im Detail

1. Studienjahr

Design Grundlagen | Hier werden die grundlegenden gestalterischen Fähigkeiten vermittelt. Neben den Modulen Zeichnerische Grundlagen und Farbe, Form, Komposition durchlaufen die Studierenden im Rotationsprinzip kurze Projekte aus verschiedenen Bereichen der Visuellen Kommunikation und lernen somit die gesamte Bandbreite der Gestaltung kennen.

Gestaltung: Grundlagenprojekte 1-2

Die Grundlagenprojekte finden in Rotation am Anfang des Studiums statt. Die Studierenden durchlaufen sechs Kurzprojekte aus den Bereichen

- > Visuelle Komposition
- > Struktur/Interaktion
- > Typographie/Layout
- > Bildnerische Wahrnehmung
- > Bild/Text/Wirkung
- > Erzählen/Bewegtbild

jeweils 10 Credits

41110, 42110

Farbe, Form, Komposition 1-2

In bildnerischen Übungen vermittelt das Modul Erfahrungen und Erkenntnisse über die strukturelle Entstehung von Gestaltungen und Kompositionen im „Flächenraum“, über ihre Wirkung und Nutzung. Aufbauende Themen bilden den Raum für Phantasie und Vorstellungsvermögen. Die Arbeiten münden in bildnerische Ergebnisse, die vor der Gruppe vertreten und unter geeigneten Kriterien begutachtet werden.

jeweils 4 Credits

41140, 42140

Zeichnerische Grundlagen 1-2

Vermittlung von essentiellen Scribble- und Zeichentechniken als Grundlage für den Entwurf im späteren Studium und Beruf. Unter Einbeziehung der Themen Sehen und Wahrnehmung wird die Fähigkeit zu zeichnen anhand praktischer Übungen vermittelt.

jeweils 4 Credits

41150, 42150

Technik 1 | Das Modul Technik vermittelt den Studierenden den Umgang mit Instrumenten und technischen Hilfsmitteln im digitalen Entwurfs- und Produktionsprozess.

Grundlagen Drucktechnologie 1

Die Studierenden lernen die Print-Produktionstechnik kennen und werden anhand des Programms InDesign eingehend in das

4 (5 bM) Credits

42510 [bM], 42511 [uM]

Desktop Publishing eingeführt. Schrift, Farbräume, Farbmanagement, Kalibrierung, Drucktechnologien, Austauschformate, Satz und Typographie werden in praktischen Übungen und Vorträgen behandelt.

Grundlagen Fotografie 1

Die Übung vermittelt die Grundlagen der Fotografie und stellt diese in den Kontext der Visuellen Kommunikation. Neben Kamerasystemen und deren Funktion sowie der Lichttechnik werden Fragen der Bildrechte, der digitalen Bilderfassung sowie digitaler Werkzeuge und Bildausgabeverfahren behandelt. Anhand praktischer Studioarbeit wird der Bogen von der Theorie in die Praxis gespannt.

4 (5 bM) Credits

42520 [bM], 42521 [uM]

Grundlagen Audio/Video 1

Im Rahmen dieser Veranstaltung werden Grundkenntnisse der Filmgestaltung und die konkrete Umsetzung an einem Videoprojekt vermittelt. Von der Filmidee über das Drehbuch bis zum fertigen Videoprojekt werden alle Arbeitsschritte von den Studierenden in Kleingruppen umgesetzt. Anhand von Praxisbeispielen werden Filmbeispiele erörtert und diskutiert.

4 (5 bM) Credits

42530 [bM], 42531 [uM]

Grundlagen Computertechnik/EP 1

Den Studierenden wird durch umfassende Information, durch intensives Training und Reflexion professionelle Kompetenz für den Hard- und Softwareeinsatz in Gestaltungsprozessen vermittelt. Darüber hinaus sind die technischen Grundlagen von digitalen Gestaltungswerkzeugen und den dazugehörigen Peripheriegeräten, sowie Grundkenntnisse in Skript- und Programmiersprachen Inhalt der Übung.

4 (5 bM) Credits

42540 [bM], 42541 [uM]

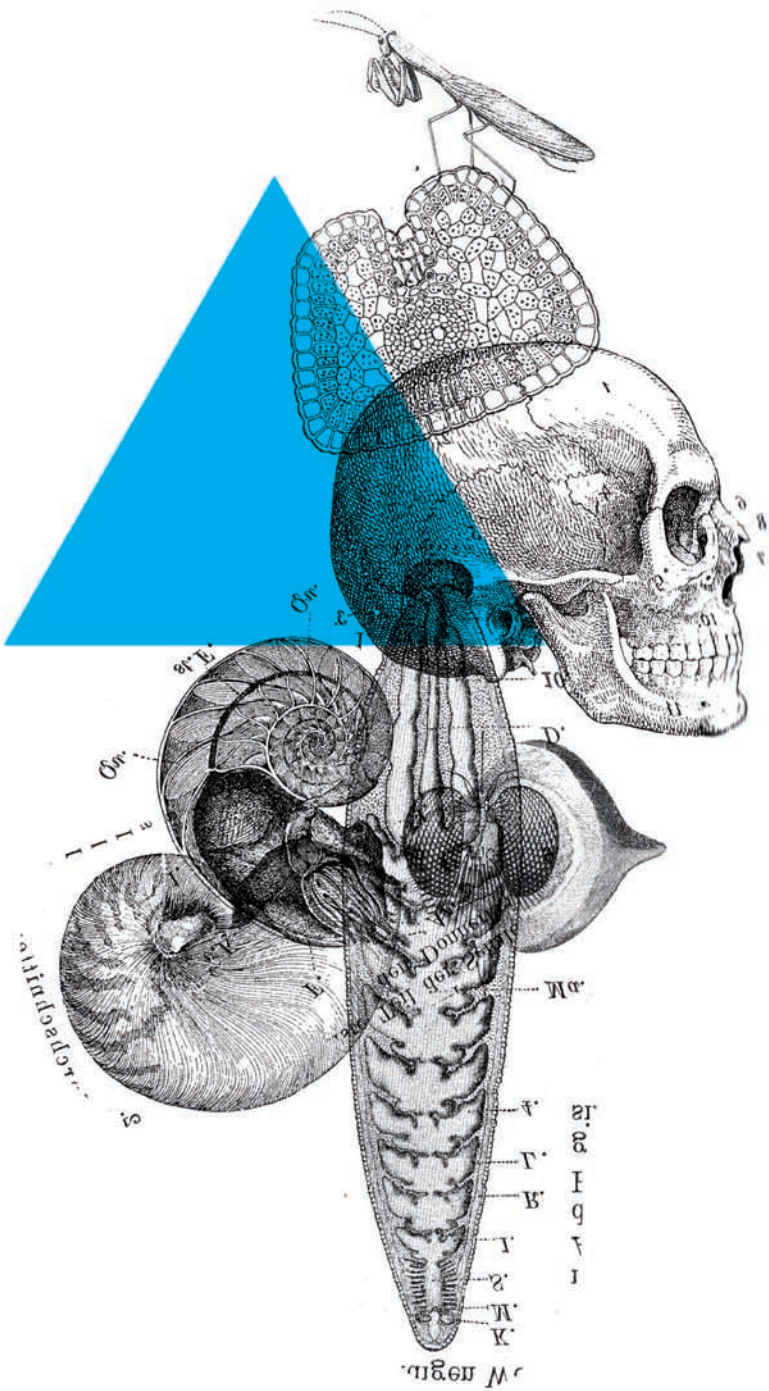
Designwissenschaften 1 | Alle Module des theoretischen Angebots widmen sich dem Ziel, es den Studierenden über die wissenschaftliche und kritische Auseinandersetzung mit kulturellen und medialen Phänomenen zu ermöglichen, die eigene gestalterische Praxis in einem umfassenden gesellschaftlichen Zusammenhang zu verstehen und auf der Höhe der Zeit kritisch zu reflektieren.

Kunstgeschichte

Das Modul Kunstgeschichte vermittelt in den ersten Semestern die historischen Grundlagen der Entwicklung der Kunst und führt in die methodischen Voraussetzungen der Werkinterpretation und wissenschaftlichen Analyse ein. Die Betrachtung der Kunstgeschichte orientiert sich neben Überblicksvorlesungen an themenübergreifenden Fragestellungen wie dem Verhältnis von

4 Credits

42210



Kunst und Technologie, der Frage nach Bild und Repräsentation oder der zunehmenden Durchdringung von Kunst und Alltagskultur. Ausstellungsbesuche und Exkursionen intensivieren den unmittelbaren Kontakt mit gegenwärtigen Kunstentwicklungen.

Designgeschichte

Das Modul Designgeschichte gibt einen Überblick über die Geschichte des Designs, wobei die Fokussierung der Betrachtung auf der Entwicklung des Designs im 19. und 20. Jahrhundert liegt. Die Geschichte der Objekte und visuellen Konzepte stellt sich hierbei vor dem Hintergrund aktueller Fragestellungen des Designs dar und folgt einer disziplinübergreifenden Auffassung.

4 Credits
42220

Bezugswissenschaften

Methodische und wissenschaftliche Bezüge werden gezielt in diesem Modul vermittelt.

3 Credit
42230

2. Studienjahr

Konzeption und Entwurf | In Kurzprojekten, von denen jeweils zwei parallel zu besuchen sind, werden die Studierenden in die Designpraxis eingeführt. Alle Projekte werden mit einer Modulprüfung beendet.

Projekt 1-4

Das Projektstudium bildet den Dreh- und Angelpunkt des zweiten Studienabschnitts. Durch reale Aufgabenstellungen werden den Studierenden in interdisziplinärer Arbeit Methoden und Fähigkeiten vermittelt, die für ihren späteren Berufsalltag von zentraler Bedeutung sein werden. Neben dieser Ausrichtung auf ein breites Spektrum der Arbeitsgebiete bietet das zweite Studienjahr auch den Raum für Schwerpunktbildungen und die intensive Auseinandersetzung innerhalb folgender Kompetenzfelder:

- > Art Direction/Werbung
- > Bewegtbild/AV
- > Bildnerische Gestaltung/Illustration
- > Unternehmenskommunikation/Corporate Design
- > Editorial Design
- > Interaktion/Interface
- > Orientierungssysteme/Messe/Event
- > Typedesign
- > Informationsarchitektur
- > Visuelle Konzeption
- > Packaging Design

jeweils 8 Credits
43110, 43120, 44110,
44120

Technik 2 | Die fachlichen Grundlagen in den technischen Fächern werden begleitend zum Projektstudium weiterhin vertieft. Analog zu seiner Schwerpunktbildung im gestalterischen Bereich kann der Studierende in den vertiefenden Technikfächern eine Auswahl aus folgendem Angebot treffen:

Grundlagen Drucktechnologie 2

Grundlagen Fotografie 2

Grundlagen Audio/Video 2

Grundlagen Computertechnik/EP 2

4 (5 bM) Credits
44510 [bM], 44511 [uM]

4 (5 bM) Credits
44520 [bM], 44521 [uM]

4 (5 bM) Credits
44530 [bM], 44531 [uM]

4 (5 bM) Credits
44540 [bM], 44541 [uM]

Designwissenschaften 2 | Designtheorie 2 hält einen erweiterten Fächerkanon vor, der wissenschaftliche Herangehensweise und Reflexionsfähigkeit stärker in den Vordergrund rückt. Neben den weiterführenden Modulen Designtheorie und Kunstwissenschaften werden die Module bzw. Schwerpunkte Designgeschichte, Medienwissenschaften und Marketing angeboten.

Designtheorie

Die Designtheorie fragt nach den kulturellen Voraussetzungen des Designs und seiner gesellschaftlichen Verankerung. Die theoretische Auseinandersetzung mit Design macht deutlich, wie eng die Designpraxis an die Reflektion ihrer Produktionsbedingungen geknüpft ist und gibt Aufschluss über die kommunikative, zeichenhafte Präsenz jeder Gestaltung. Dies schließt unbeabsichtigte Gestaltungsspuren ebenso ein wie die selbstkritische Frage nach den Grenzen der Kommunizierbarkeit. Designtheorie soll die Studierenden in die Lage versetzen, sich und ihre Arbeit im aktuellen Design-Diskurs zu positionieren.

4 Credits
44610

Kunstwissenschaften

Das Lehrgebiet Kunstwissenschaft diskutiert wesentliche Aspekte der Kunstgeschichte vor dem Hintergrund medialer Fragestellungen, die analoge und digitale Medien in dialogischer Beziehung zueinander begreifen. Wesentlicher Ausgangspunkt ist ein interdisziplinärer Ansatz, der Kunstwissenschaft als Bestandteil einer ausdifferenzierten Kulturgeschichte sieht, welche die Bereiche Design, Fotografie, Film, Mode, Gender, Urbanität und Alltagskultur ebenso umfasst wie elektronische Medien oder populäre Bildmedien.

4 Credits
44620



O DU MEIN SCHÖN' UTOPIA

Visualisierung einer Gesellschaftskritik



Medienwissenschaften

Das Modul Medienwissenschaften gibt zunächst einen Überblick über wesentliche, medientheoretische Positionen und stellt sie zur Diskussion. Zentrale Themen sind hier die zunehmend apparativ gestützte Wahrnehmung der Welt, die Frage nach Realität und Bild bis zur Simulation und Virtualität der Phänomene. Das Verhältnis von Mensch und Technologie wird grundlegend diskutiert und im Hinblick auf aktuelle Medienentwicklungen kritisch hinterfragt.

4 Credits

44630

Marketing

Das Modul Marketing lehrt die strategische und operative Führung von Unternehmen und vermittelt die Grundlagen des strategischen Marketings und Strategiemodelle. Darüber hinaus werden Verhaltensmuster im Wettbewerb sowie eine Einführung in das Markenmanagement vermittelt.

4 Credits

44640

Allgemeine Kompetenzen 1 | Ziel ist es, den Studierenden eine große Bandbreite von Fähigkeiten, Einstellungen und Strategien, die bei der Lösung von Problemen und beim Erwerb neuer Kompetenzen relevant sind, zu vermitteln.

Schlüsselqualifikationen 1

In gemeinnützigen Teamprojekten wie z. B. Diplom- oder Event-AGs lernen die Studierenden ihre gestalterische und planerische Kompetenz in die konkrete Arbeitswirklichkeit ihrer Hochschule einzubringen.

3 Credits

44210

3. Studienjahr

Projekte Kommunikationsdesign | Im dritten Studienjahr konzentriert sich die Projektarbeit auf zwei umfassende Semesterprojekte, die in ihrer Komplexität die Arbeitswirklichkeit des Designers in hohem Maße widerspiegeln. Eine interdisziplinäre Ausrichtung der Projekte wird hier verstärkt in den Blick genommen. Des Weiteren werden Kooperationen mit Firmen und öffentlichen Auftraggebern vertieft, um in der letzten Phase des Studiums die berufliche Nähe der Ausbildung zu verdichten.

Projekt Kommunikationsdesign 1

20 Credits

45110

Projekt Kommunikationsdesign 2

20 Credits

46110

Designwissenschaften 3 | Die Theorieangebote des 2. Studienjahres werden vertieft. Der Studierende trifft eine Auswahl von drei Modulen aus folgendem Kanon:

Designtheorie

4 (5 bM) Credits
46510 [bM], 46511 [uM]

Kunstwissenschaften

4 (5 bM) Credits
46520 [bM], 46521 [uM]

Medienwissenschaften

4 (5 bM) Credits
46530 [bM], 46531 [uM]

Marketing

4 (5 bM) Credits
46540 [bM], 46541 [uM]

Projektunterstützende Qualifikationen | Die Projektunterstützenden Qualifikationen flankieren die Projekte Kommunikationsdesign mit theoretischer Reflexion zu einem für das Projekt relevanten Thema.

Fachliche Sondergebiete

4 Credits
46212

Allgemeine Kompetenzen 2

Schlüsselqualifikationen 2

3 Credits
46210

4. Studienjahr

Das Studium schließt mit einer Bachelorthesis im siebten Semester ab, die in engem Zusammenhang mit einem vorausgegangenem Praxisprojekt steht.

Bachelor

Praxisprojekt

15 Credits
8997

Bachelorarbeit

12 Credits
8998

Kolloquium

Das Kolloquium gibt den Studierenden die Möglichkeit, ihre Arbeit öffentlich zu diskutieren und auf der Ebene konstruktiver Kritik zu verhandeln.

3 Credits
8999

Allgemeine Informationen



Organisatorisches

Studiendauer, -aufbau und -beginn | Die Regelstudienzeit im Bachelorstudiengang Kommunikationsdesign beträgt einschließlich der Anfertigung der Bachelorarbeit sieben Semester. Eine Aufnahme in das erste Studiensemester ist jeweils nur zum Wintersemester möglich.

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 des Aachener Verkehrsverbundes (AVV) enthalten. Die Höhe der Beiträge werden jedes Semester neu festgesetzt. Die Auflistung der einzelnen aktuellen Beiträge finden sie unter www.fh-aachen.de/sozialbeitrag.html

Die Erhebung von zusätzlichen Studienbeiträgen in Höhe von 500 € pro Semester ist von der Landesregierung NRW ab dem Wintersemester 2011 nicht mehr vorgesehen.

Eignungsprüfung | Vor der Bewerbung um einen Studienplatz im Bachelorstudiengang „Kommunikationsdesign“ müssen Interessierte eine Eignungsprüfung bestehen. Bewerbungen für die Teilnahme an der Prüfung sind frühzeitig über ein Bewerbungsfomular an den Fachbereich zu schicken. Das Formular steht online zum Download bereit unter www.fh-aachen.de

**Anmeldefrist zur
Eignungsprüfung unter:**
www.fh-aachen.de

Bewerbung um einen Studienplatz | Anfang Mai bis 15. Juli (Ausschlussfrist) beim Studierendensekretariat der FH Aachen www.fh-aachen.de/studentensekretariat.html

Adressen

FH Aachen, Fachbereich Gestaltung

Boxgraben 100, 52064 Aachen
T +49.241.6009 515 10
F +49.241.6009 515 32
(oder 6009-518 80)
www2.design.fh-aachen.de

Dekanin

Prof. Dipl.-Des. Ilka Helmig
T +49.241.6009 515 10
helmig@fh-aachen.de

Fachstudienberaterin

Prof. Dipl.-Des. Eva Vitting
T +49.241.6009-515 10
vitting@fh-aachen.de

Eignungsprüfungsvorsitzender

Prof. Ralf Weißmantel
T +49.241.6009-515 05,
weissmantel@fh-aachen.de

ECTS-Koordinatorin

Prof. Dr. Sabine Fabo
T +49.241.6009-515 02
fabo@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 51601
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

Stand: Dezember 2010

Gestaltungskonzeption | Ina Weiß, Jennifer Loettgen,
Bert Peters, Ole Gehling, Seminar Prof. Ralf Weißmantel
Redaktion | Fachbereich Gestaltung
Satz | Dipl.-Ing. Philipp Hackl, M.A., Susanne Hellebrand,
Stabsstelle Presse-, Öffentlichkeitsarbeit und Marketing
Fotos | Fachbereich Gestaltung, Titel: Boxhorn
Redaktion (Nr. 22): S. 9: Huong Cuong Le; S.10: Sakina
Charkaoui; S.12: Octavian Petreanu; S.15: Markus
Lingemann, Nadine Heller; S.16: ATP; S.23: Markus
Lingemann; S.26: Lisa Stanzel; S.29: David Wolpert





HAWtech
HochschulAllianz für
Angewandte Wissenschaften