



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

Seit der frühesten Phase seiner Entwicklung nutzt der Mensch Zeichen, um sich zu orientieren, um Geschichten zu erzählen und Wissen zu konservieren. Zeichen, Symbole, Schriften, aber auch Düfte, Geräusche, Farben, Materialien, Formen tragen heute Informationen in die Welt. Kommunikationsdesigner sind in unserer Zeit die Architekten dieser Informationen. Sie wissen um die Statik eines Informationsgebildes – wann bricht es zusammen, wann trägt es die Botschaft. Sie kennen die Gesetze der visuellen und verbalen Sprachen und beherrschen damit Dramaturgie und Funktion des Gesagten. Sie erzeugen Vorstellungen, Bedürfnisse und Gefühle, lassen Zusammenhänge aufscheinen, appellieren, motivieren, zeigen Wege.

Und mit alldem verdienen sie Geld. Denn unsere Gesellschaft ist ohne gestaltete Kommunikation nicht denkbar. Märkte funktionieren nur, wenn alle Marktteilnehmer über die gleichen Informationen verfügen. Eine Demokratie funktioniert nur, wenn die Bürger wissen, wen sie eigentlich wählen. Kommunikationsdesign wurde mit dem Aufkommen der Massenmedien und im Zuge der digitalen Revolution zu einem enormen Wirtschaftsfaktor.

Größenordnungen? In Deutschland werden der Kreativwirtschaft mehr als 230.000 Unternehmen und Selbständige zugeordnet, die gemeinsam mehr als 132 Milliarden Euro umsetzen. Die Designwirtschaft und der Werbemarkt verzeichnen davon ca. 43 Mrd. Euro Umsatz. Und deutsches Design genießt international ein hohes Renommee, nicht zuletzt wegen der hervorragenden Ausbildung an den Hochschulen.

Am Fachbereich Gestaltung der FH Aachen bereiten wir junge Menschen auf die Vielfalt der Berufsmöglichkeiten dieser Märkte vor, die sich durch technologische Entwicklungen, globale Vernetzung und demografische Umwälzungen permanent verändern. Wir legen deshalb größten Wert auf interdisziplinäres Denken und Arbeiten in einem Spannungsfeld zwischen künstlerischen und technischen Grundlagen einerseits und experimentellen und praxisorientierten Projekten andererseits.

Der Bachelorstudiengang Kommunikationsdesign umfasst alle Facetten der visuellen und verbalen Kommunikation: Die Studierenden lernen künstlerische und kreative Herstellungsprozesse in den Bereichen Grafik-Design, Fotografie, Illustration, Fontdesign, Film, Animation und Webdesign. Sie reflektieren die Designtheorie und vertiefen die Kunst- und Designgeschichte als theoretische Grundlagen ihres Arbeitens. Im Laufe ihres Studiums sammeln sie Erfahrung in der Analyse und Methodik durch eine Vielzahl von Projekten. So werden sie optimal vorbereitet auf die Arbeitsfelder Werbung, Corporate Design, Editorial Design, Informationsdesign, Unternehmenskommunikation und Kulturmarketing.

Wir sehen es als wesentliches Ziel, eigene Gestalterpersönlichkeiten auszubilden, die selbstsicher in ihr Berufsleben starten. Die Studierenden werden deshalb mit individueller Betreuung durch Ihr Studium begleitet. Wir fördern strukturell den sozialen Zusammenhalt von Studierenden und Lehrenden, weil das unserer Meinung nach das Verantwortungsbewusstsein für das eigene Wirken stärkt und auf die zukünftigen Arbeitsbedingungen am besten vorbereitet.

Verantwortung müssen Designer von Anfang an auch für ihre Produkte übernehmen. In der heutigen Welt der Zeichen müssen sie für Verbindlichkeit sorgen und sich der Mechanismen der Designformation bewusst sein. Dazu kommen auch die Fähigkeit, Dinge neu zu denken und der Mut, sie umzusetzen. Das wollen wir an unserem Fachbereich weiter fördern und stärken. Dazu gehört auch, das Gelernte immer wieder zu hinterfragen.

Prof. Dipl.-Soz.Päd. Helmut J. Jakobs
Dekan 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 unterstreichenhaltungen, 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.

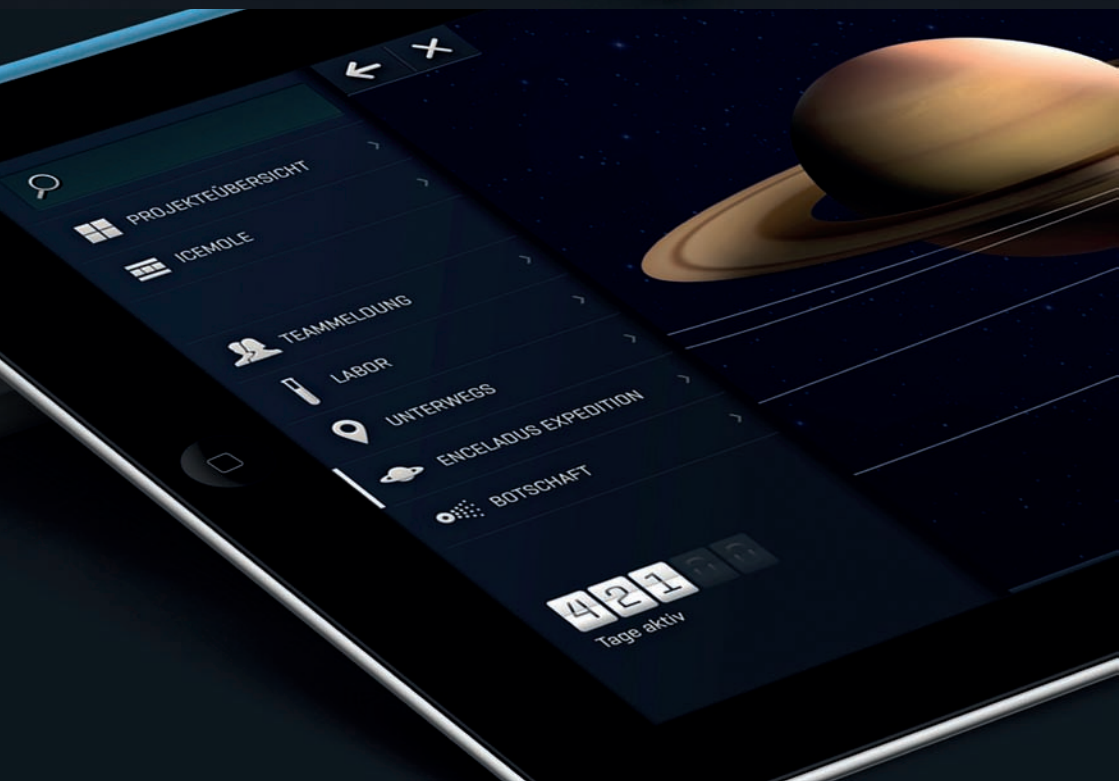
Alleinstellung – richtiges Stichwort. Worauf kommt es letztlich an? Während des Studiums am Fachbereich Gestaltung können junge Menschen zu kreativen Persönlichkeiten reifen. Sie entwickeln die Fähigkeit, sich intelligent und intellektuell im Sinne des Kunden und der Zielgruppe mit Kommunikation auseinanderzusetzen.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

Schöner Beruf, schöne Aussichten!



ELEKTROMOBILITÄT REGION AACHEN





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 Beliebtheit 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 Disziplinengrenzen 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 vorgeschrieben. Am besten stellen sich die BewerberInnen selbst Aufgaben

Weitere Informationen zur Anerkennung des Praktikums:
www.fh-aachen.de/studium/kommunikationsdesign-ba/bewerbung/

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

>

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/studium/kommunikationsdesign-ba/bewerbung/



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:

ProSense - BMBF-Forschungsprojekt, Partner: WZL, fir und IAW der RWTH Aachen, Wirtschaftsunternehmen und Verbände |

Ziel der Designer ist es, die großen Datenmengen, die in der automatisierten Produktion in der Planung und Steuerung anfallen, in ihrer komplexen Verknüpfung so anschaulich darzustellen, dass sie zur Optimierung der Prozesse beitragen.

Kampagne EXTRARAUM, Projektgruppe Extraraum, Stadt Aachen |

Es wird eng werden in Aachen - in den Hörsälen wie auf dem Wohnungsmarkt. Im Rahmen des G8-Projektes haben Studierende des Fachbereichs die Kampagne EXTRARAUM entwickelt. „Eine Initiative wie EXTRARAUM ist Gold wert“, befand auch NRW-Wissenschaftsministerin Svenja Schulze.

Seit Jahren arbeiten wechselnde Teams von Studierenden an dauerhaften Projekten des Fachbereichs. So erscheint die Zeitschrift **BOXHORN Magazin** seit mehr als 15 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 **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 Leistungspunkte 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

Informationdesign und Editorial, „O Du mein schön' Utopia“, David Wolpert



O DU MEIN SCHÖN' UTOPIA
Visualisierung einer Gesellschaftskritik



Erstes Studienjahr

Kernstudium

Kommunikationsdesign 7 Sem. • 210 LP

Kommunikationsdesign mit Praxissemester* 8 Sem. • 240 LP

Nr.	Bezeichnung		bM	uM	1. Sem.	2. Sem.	LP
Design Grundlagen 1							
01_1	Gestaltung: Grundlagenprojekt 1	P	41110		☾		10
01_2	Farbe, Form, Komposition 1	Ü	41140		☾		4
01_3	Zeichnerische Grundlagen 1	Ü	41150		☾		4
						3 tbM	18
Design Grundlagen 2							
02_1	Gestaltung: Grundlagenprojekt 2	P	42110			☾	10
02_2	Farbe, Form, Komposition 2	Ü	42140			☾	4
02_3	Zeichnerische Grundlagen 2	Ü	42150			☾	4
						3 tbM	18
Technik 1							
03_1	Grundlagen Drucktechnologie 1	Ü	[42510] 42511			●	[5] 4
03_2	Grundlagen Fotografie 1	Ü	[42520] 42521			●	[5] 4
03_3	Grundlagen AV 1	Ü	[42530] 42531			●	[5] 4
03_4	Grundlagen Computertechnik/EP 1	Ü	[42540] 42541			●	[5] 4
						1 bM + 2 uM	13
Designwissenschaften 1							
04_1	Kunstgeschichte	V	42210			●	4
04_2	Designgeschichte	V	42220			●	4
04_3	Bezugswissenschaften	V	42230			●	3
						3 uM	11

P = Praktikum / Projekt, Ü = Übung, V = Vorlesung / seminaristischer Unterricht, b = benotet, bM = benotete Modulprüfung, uM = unbenotete Modulprüfung, tbM = Teilprüfung im benoteten Modul

12345 = Prüfungscode, LP = Leistungspunkte

Mittig eingetragene Module können in jeweils einem der betreffenden Semester abgelegt werden.

● = Pflichtveranstaltung ○ = Wahlpflichtveranstaltung ☾ = Teilprüfung

Zweites Studienjahr

Nr.	Bezeichnung	BM	uM	3. Sem.	4. Sem.	LP
Konzeption und Entwurf						
05_1	Projekt 1*	P	43110	●		8
05_2	Projekt 2*	P	43120	●		8
05_3	Projekt 3*	P	44110		●	8
05_3	Projekt 4*	P	44120		●	8
				2 bM	2 bM	32
Technik 2						
06_1	Grundlagen Drucktechnologie 2	Ü	[44510] 44511		●	[5] 4
06_2	Grundlagen Fotografie 2	Ü	[44520] 44521		●	[5] 4
06_3	Grundlagen AV 2	Ü	[44530] 44531		●	[5] 4
06_4	Grundlagen Computertechnik/EP 2	Ü	[44540] 44541		●	[5] 4
				1 bM + 2 uM		13
Designwissenschaften 2						
07_1	Designtheorie/Designgeschichte	V	44610		●	4
07_2	Kunstwissenschaften	V	44620		●	4
07_3	Medienwissenschaften	V	44630		●	4
07_4	Marketing	V	44640		●	4
				3 uM		12
Allgemeine Kompetenzen 1						
08_1	Schlüsselqualifikationen 1	V	44210		●	3
				1 uM		3

* Die Kompetenzcluster sind durch die jeweiligen Lehrgebiete definiert:

- Cluster A** Computergrafik / Computeranimation • Grafik-Design (K+E), Schwerpunkt: Video, elektronische Bildbearbeitung • Grafik-Design (K+E) Schwerpunkt: Corporate Design, Informationsdesign • Interaktive Medien, Schwerpunkt: Audiovisuelle Gestaltung, Interface Design, Informationsarchitektur • Interaktive Medien, Schwerpunkt: Interaktionsdesign, technologische Gestaltung • kreativer Einsatz von Skriptsprachen
- Cluster B** Grafik-Design (K+E), Schwerpunkt: Visuelle Konzeption, Zeichnerische Gestaltung • Fotografie, Schwerpunkt: Freie Fotografie • Gestaltungslehre und angewandte Farbgestaltung
- Cluster C** Video/Bildbearbeitung/Animation • Grafik-Design (K+E), Schwerpunkt: Typographie und Layout • Grafik-Design (K+E), Schwerpunkt: Kommunikation und Werbung

Ab dem dritten Studienjahr

Vertiefungsstudium

Nr.	Bezeichnung		bM	uM	5. Sem.	6. Sem.	LP
Projekte Kommunikationsdesign							
09_1	Projekte Kommunikationsdesign 1	P	45110		●		20
09_2	Projekte Kommunikationsdesign 2	P	46110			●	20
					1 bM	1 bM	40
Designwissenschaften 3							
10_1	Designtheorie	V	[46510]	46511		●	[5] 4
10_2	Kunstwissenschaften	V	[46520]	46521		●	[5] 4
10_3	Medienwissenschaften	V	[46530]	46531		●	[5] 4
10_4	Marketing	V	[46540]	46541		●	[5] 4
					1 bM + 2 uM		13
Projektunterstütz. Qualifikationen							
11_1	Fachliche Sondergebiete	V		46212		●	4
					1 uM		4
Allgemeine Kompetenzen 2							
12_1	Schlüsselqualifikationen 2	V		46210		●	3
					1 uM		3
*Praxissemester ggfs. zusätzlich nach Wahl im 5., 6. oder 7. Semester, Pflichtpraktikum im Studiengang Kommunikationsdesign mit Praxissemester							
P	Praxissemester	P		46650		●	30
					1 uM		30
Bachelorabschluss							
13_1	Projektkonzeption / „Praxisprojekt“ gemäß §14			46600		●	15
13_2	Bachelorarbeit		8998			●	12
13_3	Kolloquium		8999			●	3
					1 uM + Abschluss		30

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/Bewegtild

jeweils 10 Leistungspunkte

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 Leistungspunkte

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 Leistungspunkte

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) Leistungspunkte

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) Leistungspunkte
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) Leistungspunkte
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) Leistungspunkte
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 Leistungspunkte
42210



Du studierst an der FH? Sieht man Dir gar nicht an!

Im FH-Shop findest Du alles, was Du brauchst, um Flagge zu zeigen: T-Shirts, Poloshirts und Kapuzenhodies, Lanyards, Tassen und Taschen in verschiedenen Designs und Farben können rund um die Uhr bestellt werden.

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 Leistungspunkte
42220

Bezugswissenschaften

Methodische und wissenschaftliche Bezüge werden gezielt in diesem Modul vermittelt.

3 Leistungspunkte
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 Leistungspunkte
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

4 (5 BM) Leistungspunkte
44510 [bM], 44511 [uM]

Grundlagen Fotografie 2

4 (5 BM) Leistungspunkte
44520 [bM], 44521 [uM]

Grundlagen Audio/Video 2

4 (5 BM) Leistungspunkte
44530 [bM], 44531 [uM]

Grundlagen Computertechnik/EP 2

4 (5 BM) Leistungspunkte
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 Leistungspunkte
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 Leistungspunkte
44620



Agenda

- 1. Introduction
- 2. The current state of the world
- 3. The challenges ahead
- 4. The role of technology
- 5. The role of leadership
- 6. The role of education
- 7. The role of the individual
- 8. Conclusion

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 Leistungspunkte

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 Leistungspunkte

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 Leistungspunkte

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 Leistungspunkte

45110

Projekt Kommunikationsdesign 2

20 Leistungspunkte

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) Leistungspunkte
46510 [bM], 46511 [uM]

Kunstwissenschaften

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

Medienwissenschaften

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

Marketing

4 (5 bM) Leistungspunkte
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 Leistungspunkte
46212

Allgemeine Kompetenzen 2

Schlüsselqualifikationen 2

3 Leistungspunkte
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 Leistungspunkte
46600

Bachelorarbeit

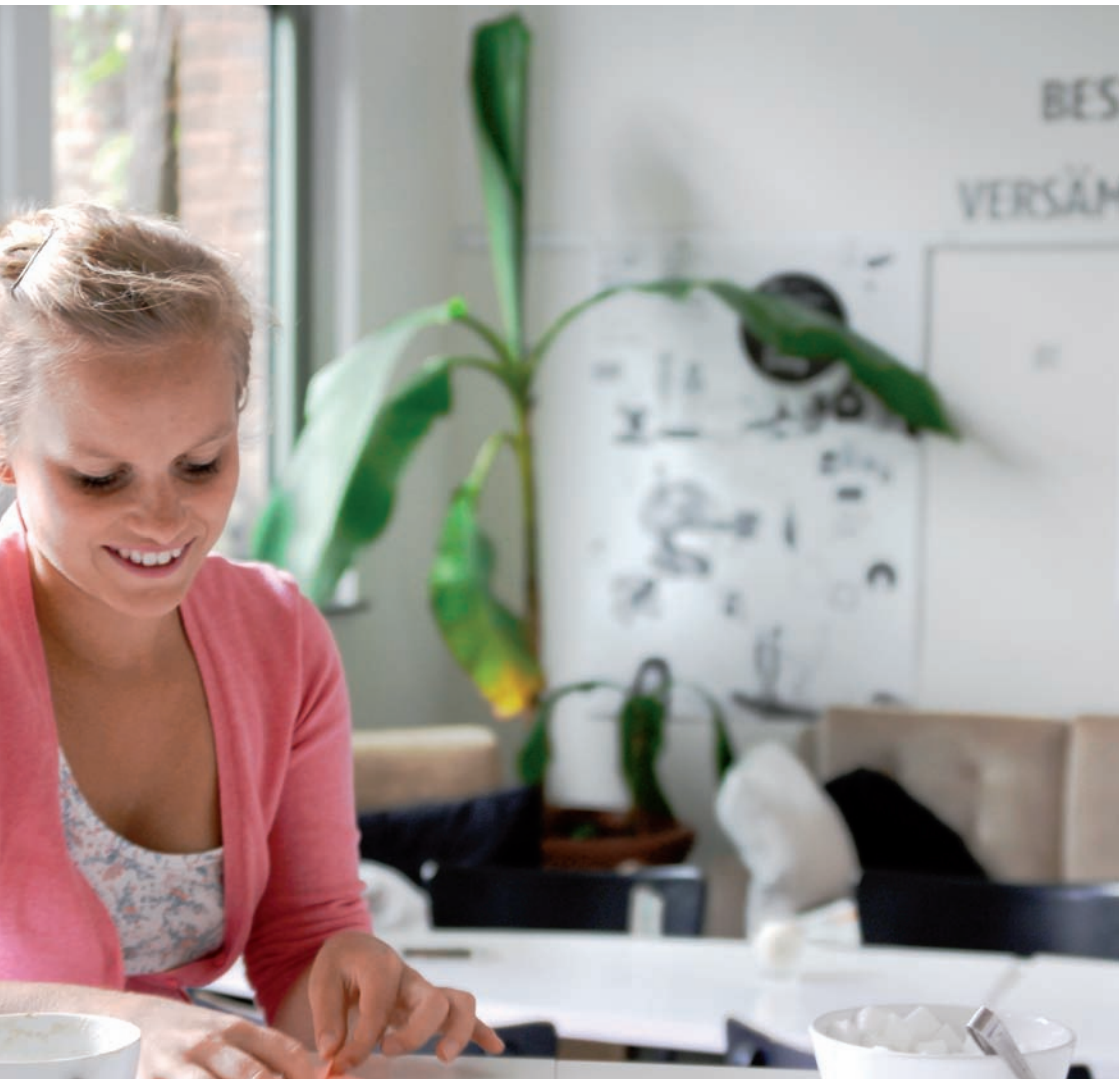
12 Leistungspunkte
8998

Kolloquium

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

3 Leistungspunkte
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 Bewerbungsformular 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)
www.fh-aachen.de/fachbereiche/gestaltung

Dekan

Prof. Dipl.-Soz.Päd. Helmut J. Jakobs
T +49.241.6009-515 10
jakobs@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

LP-Koordinatorin

Prof. Dr. Sabine Fabo
T +49.241.6009-515 02
fabo@fh-aachen.de

Allgemeine Studienberatung

Bayernallee 9a
52066 Aachen
T +49.241.6009-518 00
www.fh-aachen.de/studienberatung.html

Studierendensekretariat

Stephanstraße 58/62
52064 Aachen
T +49.241.6009-516 01
www.fh-aachen.de/studentensekretariat.html

Akademisches Auslandsamt

Hohenstaufenallee 10
52064 Aachen
T +49.241.6009-510 43/510 19/510 18
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 2013

Gestaltungskonzeption | Ina Weiß, Jennifer Loettgen, Bert Peters, Seminar Prof. Ralf Weißmantel

Redaktion | Fachbereich Gestaltung

Satz | InHouse Agentur, Dipl.-Des. Sarah Kmita; Dipl.-Ing. Philipp Hackl, M.A.; Susanne Hellebrand, Presse-, Öffentlichkeitsarbeit und Marketing

Fotos | Fachbereich Gestaltung,
Titel: Shawn Budorovits, Inga Sieberichs, Christian Warstat; S. 9: Sven von Osten; S. 10 Natalie Prass; S. 12: Stefan Siebert; S. 20: David Wolpert

Die Informationen in der Broschüre beschreiben den Studiengang zum Stand der Drucklegung. Daraus kann kein Rechtsanspruch abgeleitet werden, da sich bis zur nächsten Einschreibeperiode Studienverlauf, Studienpläne oder Fristen ändern können. Die aktuell gültigen Prüfungsordnungen einschließlich der geltenden Studienpläne sind im Downloadcenter unter www.fh-aachen.de abrufbar.





HAWtech
HochschulAllianz für
Angewandte Wissenschaften