



Kommunikationsdesign und Produktdesign Master of Arts (M.A.)

FACHBEREICH 04
GESTALTUNG



Gestaltung

- 07 Tätigkeitsfeld
- 09 Berufsaussichten
- 11 Kompetenzen

Vor dem Studium

- 13 Zulassungsvoraussetzungen

Der praxisnahe Studiengang

- 15 Im Profil
- 18 Studienplan
- 20 Module im Detail

Allgemeine Informationen

- 25 Organisatorisches
- 26 Adressen

Alle Informationen zum Masterstudiengang „Kommunikationsdesign und Produktdesign“ 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

Die Berufswelt des Designers ist vielfältiger geworden und unterliegt ständiger Veränderung. Projekte werden komplexer und neue Designdisziplinen kommen hinzu. Dazu gehört auch, dass der Arbeitsmarkt unüberschaubarer wird: Man kann heute schwer sagen, was morgen gefragt ist.

Das fordert vom Designer ein hohes Maß an Flexibilität und Wachheit: neuen Strömungen, aber auch neuen Möglichkeiten gegenüber. Wer sich in unruhigem Gewässer gut bewegen kann, hat die Möglichkeit zu neuen Ufern vorzudringen.

Der Masterstudiengang „Kommunikationsdesign und Produktdesign“ setzt genau an dieser Aufgabenstellung an. Auf der Basis einer konzeptionellen Herangehensweise werden interdisziplinäre Projekte bearbeitet, die den eigenen Horizont und damit den Überblick über die aktuellen Designentwicklungen erweitern. Die Grundlage dafür bilden die beiden Disziplinen mit ihrem vielfältigen Studienangebot im zwei- und dreidimensionalen Bereich.



Die eigene Gestalterpersönlichkeit auszubilden und einen hohen Grad an Selbstständigkeit zu erlangen ist ein wesentliches Ziel des Masterstudiengangs. Durch eigene Aufgabenstellungen und eine forschende und wissenschaftliche Herangehensweise werden die unterschiedlichen Designdisziplinen in übergreifenden Projekten angewandt. Der Diskurs in Kleingruppen und mit Lehrenden unterstützt den individuellen Designprozess.

Der soziale Zusammenhalt unter den Studierenden, Teamworkprojekte und persönliches Coaching sind wesentliche Bestandteile des Studienangebots. Sie unterstützen disziplinübergreifendes Denken und unerschrockenes Handeln – für eine sinnvolle Weiterentwicklung des Designs.

Prof. Dipl.-Des. Ilka Helmig
Dekanin

Gestaltung



Tätigkeitsfeld

Überall Codes. Auf Schulhöfen, auf dem Börsenparkett, im Wartezimmer, auf der Rennstrecke, vor dem Spiegel. Posen, Signale, Handzeichen, Fassaden, Gerüche, Geräusche. Die Welt ist ein riesiger Markt gestalteter Informationen und Produkte; sie konkurrieren um Aufmerksamkeit. Gehandelt werden Güter – solche, die man anfassen kann, aber auch Nachrichten, Meinungen, Gefühle, Vorstellungen und Werte.

Die Konsequenz für den Designer ist offensichtlich: Gestaltung ist mehr, als Du denkst.

Kommunikation im 21. Jahrhundert – und damit Gestaltung – beginnt mit der Suche nach dem Ur-Text, nach der Haltung. Welche Aussage will ich transportieren? Welcher Form bedarf es? Geht es in meinem Gestaltungsprozess wirklich nur um eine Einzellösung? In welchen Dimensionen denke und bewege ich mich? Das Beherrschen des Zusammenspiels von Produkteigenschaft, Botschaft, Inszenierung und Vermarktung ist heute eine Kernkompetenz.

Zusammenhang, Zusammendenken.

Der Master of Arts „Kommunikationsdesign und Produktdesign“ an der Fachhochschule Aachen ist ein Studiengang für das Zusammendenken. Sein Alleinstellungsmerkmal ist das Ausloten der Schnittmengen unterschiedlicher Designdisziplinen in konkreten Projekten.

Durch die institutionalisierte Verbindung der Disziplinen lernen die jungen Gestalterpersönlichkeiten etwas zu sehen, was vielen Designern erst später, durch jahrelanges training-on-the-job gelingt: die ganze Kommunikations- und Produktwelt mit all ihren Grenzgebieten, das breite gestalterische Spektrum.

Der Berufsalltag verlangt es nicht anders. **Ein Beispiel:** Ein Autohersteller plant die Einführung eines neuen Fahrzeugs. Er denkt in den Kategorien des klassischen Produktmarketings und erwartet einen überzeugenden Auftritt – vom Kundenmagazin bis zum Messestand. Die Marketingabteilung des Konzerns arbeitet schon seit längerer Zeit an einem Konzept für ein Unternehmensmuseum und will dessen Planung verknüpft mit der Produkteinführung an-

>

schieben. Es soll zu einem wirksamen Gesamtauftritt kommen, der unter anderem von einer Applikation für Smart-Phones begleitet wird. Als zentrales Instrument der Außendarstellung und Symbol der Innovation soll im Zuge all dieser Maßnahmen das Logo des Konzerns überarbeitet werden – mit der Maßgabe, dass es auch in einer interaktiven Anwendung, in 3D, funktioniert.

Tragfähige Vorschläge können in solch einem Zusammenhang nur die Designer machen, die den Ur-Text lesen und die Nahtstellen und Schnittmengen der Disziplinen sehen. Die Tätigkeitsfelder der Zukunft ergeben sich aus den Koordinaten **Kommunikation und Raum, Produkt und Kommunikation, Raum und Interaktion.**

Der Masterstudiengang in Aachen bietet den Studierenden die Möglichkeit in genau diesen Grenzbereichen Kompetenzen zu erlangen. Sie lernen das Zusammendenken.



Berufsaussichten

In dem hochkompetitiven Umfeld der kreativen Industrie ist das Design-Team, die Agentur vorne, die nicht erst auf Zuruf des Kunden Einzelteile des Gesamtbildes entwickelt. Agenturen erkennen die Herausforderungen und entwickeln die Kommunikationsstrategie. Sie haben die Erlebniskette, die möglichen Kontaktpunkte, die gesamte Kommunikationswelt und das gestalterische Spektrum vor Augen.

Was bedeutet das für den einzelnen Gestalter? Seine Aufgabe besteht darin, seine Fachdisziplin souverän und kompetent in den Workflow einzubringen. Das ist Pflicht. Kür ist, wenn er durch sein interdisziplinäres Denken das Gesamtergebnis des Teams auf Spitzenniveau hebt.

Entschärfen wir darüber hinaus ab jetzt ein Wort aus unserem Wortschatz. Das Wort heißt Berufsziel. Den einen Beruf mit seinen in Stein gemeißelten Attributen gibt es heute nur noch höchst selten. Für den Gestalter bedeutet das: Sein Markt ist ständigen Veränderungen unterworfen, die von nicht einschätzbaren Faktoren abhängen. Etwa vom technischen Fortschritt oder von der Konjunktur. Nennen wir das, was am Ende des Masterstudiengangs steht folglich statt Berufsziel lieber Bildungsziel – Ziel des Studiengangs ist die Bildung einer Gestalterpersönlichkeit, die es vermag, sich auf jedem Markt zurecht zu finden.

Bildung. Gestalterpersönlichkeitsbildung. Als wichtigster Rohstoff für die Selbständigkeit, mit der sich die Absolventen selbstsicher auf dem Arbeitsmarkt bewegen werden, sei es freiberuflich oder angestellt. Als Prozess an dessen Ende eine Arbeitshaltung steht, wie sie in der Spitze der Design- und Kommunikationsagenturen heute von Neueinsteigern unausgesprochen verlangt wird.

M. AZ. 07.739.100

GESUNDHEITS- & ERNÄHRUNGSBERATUNG, VERMIDLUNGSDIENST, SÜ.M.B./FEST



GESUNDHEITS- & ERNÄHRUNGSBERATUNG / SÜ.M.B./FEST

Name: Müller, Vorname: Robert
Geburtsdatum: 20.05.2007, Geburtsort: 24.05.2007, Alter: 6/30

/ Biometrische Erfassung / 2 /



VERANLASSUNG - 07.11.2006 / 10.05.07

WILLE - 10.05.07 (10.05.07) - 10.05.07 (10.05.07) - 10.05.07 (10.05.07)

ANWENDUNG - 10.05.07 (10.05.07) - 10.05.07 (10.05.07) - 10.05.07 (10.05.07)

VERANLASSUNG - 10.05.07 (10.05.07) - 10.05.07 (10.05.07) - 10.05.07 (10.05.07)



Kompetenzen

Die Absolventen verlassen den Fachbereich Gestaltung als in ihrem Fach hervorragend ausgebildete Designer. Sie wurden bei ihrer Arbeit an den eigenen Projekten und dem individuellen Portfolio über drei Semester von Dozenten persönlich gecoacht. Die Lehrgebiete reichen von Kommunikationsdesign über Designwissenschaften und Interaktive Medien bis hin zu Interior- und Produktdesign.

Das Interdisziplinäre des Masterstudiengangs in Aachen hat die Gestalterpersönlichkeiten zudem erkennen lassen, dass es bei den meisten Problemstellungen weniger um die einzelnen Elemente geht, aus denen sich die jeweilige Herausforderung zusammensetzen lässt, sondern mehr um die Verbindung zwischen den Elementen. Welche Gesetzmäßigkeiten treten zutage? Was liegt unter der Oberfläche? Mit welcher Methodik nähere ich mich der Aufgabenstellung? Wie sieht die Strategie aus?

Sie denken dabei nicht streng in Disziplinen, sondern in Zusammenhängen – dabei helfen ihnen ein geschultes Reflexionsvermögen und ein breites designtheoretisches Fundament. Sie bewerten Projekte auf dem Stand der aktuellen Designforschung, stellen gesellschaftliche, wirtschaftliche und naturwissenschaftliche Bezüge her.

So verhält es sich mit dem Übertrag der gestalterischen Leistung von 2D zu 3D zu 4D, dem Wechsel der Perspektive. Der Masterstudiengang „Kommunikationsdesign und Produktionsdesign“ befähigt zum Gang durch die Dimensionen, zum Beispiel für eine ganzheitliche Entwicklung einer Marke: Ausstellungsdesign, Editorialdesign, multimediale Anwendung, Positionierungskonzept. Mit wechselnder Intensität hat der Studierende in drei Semestern die für ihn relevanten Lehrgebiete inhaltlich vertieft.

Die Absolventen können die Komplexität der Aufgabenstellung selber definieren und erkennen. Sie haben integrierte Projekte im zwei- und dreidimensionalen Bereich von A bis Z umgesetzt. Sie haben gelernt, Probleme frühzeitig zu erkennen und verfügen über eine substanzielle Improvisationsfähigkeit. Sie sehen die kreative Wertschöpfung und beherrschen das strategische Denken.

Vor dem Studium



Zulassungs- voraussetzungen

Hochschulzugangsberechtigung | Voraussetzung für die Aufnahme des Masterstudiengangs ist der Nachweis eines geeigneten Hochschulabschlusses, mindestens auf Bachelorebene und der Nachweis einer studiengangs- und ortsbezogenen künstlerisch-gestalterischen Eignung. Sind die erforderlichen 210 Leistungspunkte in einem abgeschlossenen Bachelorstudiengang nicht erworben worden, so können sich Studierende zwar für den Studiengang „Kommunikationsdesign und Produktdesign“ (M.A.) bewerben, müssen aber vor der Teilnahme am Masterstudienprogramm erst die noch fehlenden Creditpunkte erwerben. Dies geschieht durch die Teilnahme an Angeboten der entsprechenden Bachelorstudiengänge am Fachbereich Gestaltung der FH Aachen.

Fremdsprachenkenntnisse | Fremdsprachenkenntnisse werden erwünscht, sind aber nicht zulassungsrelevant. Deutschkenntnisse sind zwingend erforderlich.

Bewerbung und Aufnahme | Zur Feststellung der erforderlichen Qualifikation der Studienbewerber reichen diese einen Projektvorschlag in Form einer schriftlichen Skizze und ein Portfolio ein. Projekt und Portfolio werden bei erfolgreicher Aufnahme im weiteren Studienverlauf integrale Komponenten der Curriculumsplanung.

Nach einer Vorauswahl werden die Bewerber zu einer Präsentation ihres Projektes eingeladen. Explorative Fragestellungen, Machbarkeit und disziplinübergreifende wie integrative Aspekte stehen bei der Bewertung des Projektvorschlags im Vordergrund.

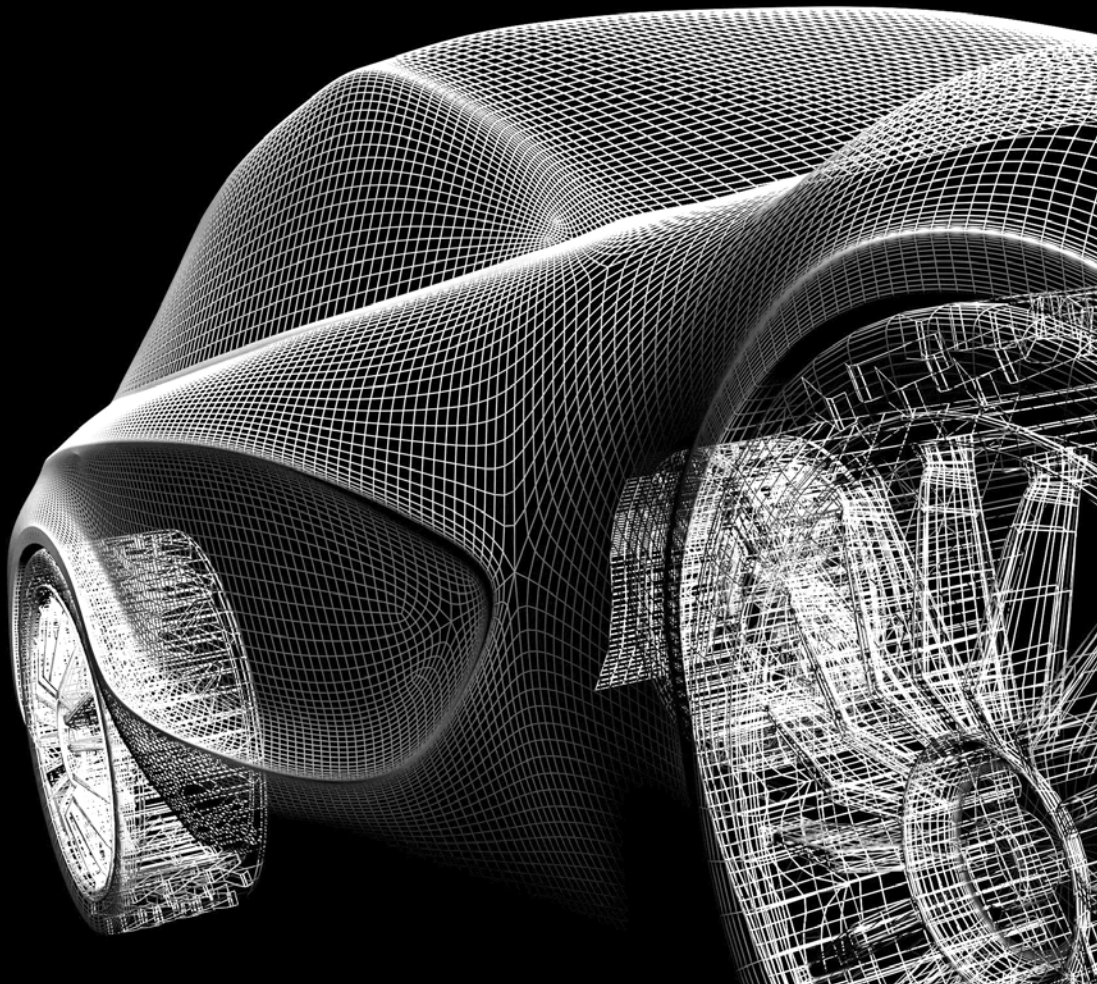
Das Portfolio stellt über konkrete Projektnachweise die praktischen wie theoretischen Erfahrungen und Potentiale des Bewerbers dar und setzt diese mit dem Projektvorschlag in eine sinnfällige und bewertbare Relation. Weiter verknüpft das Portfolio als Angelpunkt die berufsmäßige und bildungsrelevante Herkunft und Zukunft der Studierenden. Der Studierende aktualisiert es im Verlauf des Masterstudiums kontinuierlich.

Die Aufnahme des Studiums erfolgt jeweils zum Winter- oder Sommersemester.

**Zulassungsordnung zum
Masterstudiengang
„Kommunikationsdesign
und Produktdesign“
unter:**

www.design.fh-aachen.de

Der praxisnahe Studiengang



Im Profil

Der konsekutive dreisemestriges Masterstudiengang verknüpft die Disziplinen Kommunikationsdesign und Produktdesign. Gemäß der Formel „Das Ganze ist mehr als die Summe seiner Teile“ ist das Profil des Masterstudiengangs „Kommunikationsdesign und Produktdesign“ ungleich vielschichtiger und medial wie dimensional übergreifend.

Der Studiengang integriert unterschiedliche Designrichtungen und befähigt somit die Absolventen, komplexe Arbeits- und Problemlösungsprozesse kompetent zu konzipieren, zu realisieren, zu führen und gleichermaßen kritisch zu reflektieren.

Der Masterstudiengang ist im Kern entwurfsorientiert und an konkreten Projekten der Studierenden ausgerichtet. Das Curriculum vermittelt den Studierenden durch spezielle Theorie- und Synthesemodule die Kompetenz, explorativ zu arbeiten und Sachverhalte wissenschaftlich zu durchdringen.

Die Absolventen des Masterstudiengangs „Kommunikationsdesign und Produktdesign“ sind Praktiker und Strategen gleichermaßen. Sie verfügen über designstrategische Kompetenz und sind im Stande, Konzeption und Entwurf bis hin zur Implementierung und Reflexion in einen komplexen Projektprozess zu integrieren.

Aus der Kombination von Lehrgebieten der unterschiedlichen Bereiche Produktdesign und Kommunikationsdesign werden semesteraktuelle Kompetenzfelder generiert, die sich an den Qualifikationszielen der Studierenden orientieren.

Folgende Lehrgebiete sind am Fachbereich Gestaltung verortet und – mit wechselnder Intensität – inhaltlich am Masterstudiengang beteiligt:

- > Designmanagement, Marketingstruktur
- > Designtheorie, Designgeschichte
- > Conceptual Design
- > Computergrafik, Computeranimation
- > Corporate Design, Informationsdesign
- > Gestaltungslehre und angewandte Farbgestaltung
- > Grafikdesign, Schwerpunkt: Video, elektronische Bildbearbeitung
- > Grafikdesign, visuelle Konzeption und zeichnerische Gestaltung
- > Grafikdesign, Schwerpunkt: Typographie und Layout

- > Grundlagen der computergestützten Gestaltung
- > Interaktive Medien, Schwerpunkt: Audiovisuelle Gestaltung, Interface Design und Informationsarchitektur
- > Interaktive Medien, Schwerpunkt: Interaktionsdesign, technologische Gestaltung
- > Interdisziplinäre Gestaltung, Designgrundlagen
- > Interior Design, Schwerpunkt: Messe- und Ausstellungsgestaltung, Kommunikation im Raum
- > Interior Design, Schwerpunkt: Möbel, Accessoire, Raum
- > Kommunikation und Werbung
- > Kunstwissenschaften im medialen Kontext
- > Methodenlehre der visuellen Darstellung
- > Technische Grundlagen des Produktdesigns
- > Video, Bildbearbeitung und Animation

Ein Qualifikationsziel für die Studierenden des Studiengangs „Kommunikationsdesign und Produktdesign“ (M.A.) ist die Entwicklung hin zu unabhängigen wie kritischen Entwerferpersönlichkeiten, die im Bereich der kreativen Industrien tätig sind. Über das Coachingangebot können die Studierenden ihr Profil individuell und zielorientiert ausrichten.

Generell erfüllt der erfolgreiche Abschluss des Masters die Voraussetzung für ein Promotionsvorhaben.

Struktur des Curriculums | Die Studierenden haben die Möglichkeit Kernbereiche selbst festzulegen und somit eine individuelle Vertiefung in Richtung eines speziellen Absolventenprofils zu festigen. Begleitet wird dieser Prozess durch die Coachingstrukturen. Individuelle Angebote können bei der Breite der vorhandenen Veranstaltungen für die Studierenden bedarfsgerecht in den Studienverlauf eingepflegt werden.

Kompetenzübergreifende Module | Das Studium integriert die Kompetenzfelder, die sich in Kombinationen und Kooperationen der Lehrgebiete Kommunikationsdesign und Produktdesign wiederfinden.

Klar abgegrenzt zum Bachelorstudium wird durch integrative Module eine gesteigerte Komplexität in der projektbezogenen Arbeit verlangt – und zwar in der Aufgabenstellung, der Herangehensweise und der Reflexion des Resultats. Die zu erlangende kritische wie pragmatische Verknüpfungskompetenz wird Teil der Berufsrealität der Absolventen des Masterstudiengangs „Kommunikationsdesign und Produktdesign“.

Integratives Curriculum | Die Masterstudierenden besitzen Zugang zu allen Bereichen und Ressourcen des Fachbereichs Gestaltung. Die Studierenden sind aufgefordert, durch entsprechende Projektwahl individuell ihre Fertigkeiten und ihr Wissen zu ergänzen. Neben den eigenen Veranstaltungen erleben die Studierenden diskursive Interaktion mit anderen Master- und auch Bachelorstudierenden. Sie profitieren somit vertikal wie horizontal vom integrativen Charakter des Studiengangs.



Studienplan

Nr.	Bezeichnung	P/W	Cr	SWS		
				V	Pr	Σ
1. (8.) Semester						
Masterprojekt 1						
48110	Masterprojekt 1	P	15 [bM]	-	6	6
Designwissenschaften 1						
48210	Designtheorie 1	P	4 [uM]	2	-	2
48220	Kultur- und Medienwissenschaften 1	P	4 [uM]	2	-	2
48230	Bezugswissenschaften 1	P	4 [uM]	2	-	2
Synthese / Integration 1						
48310	Fachliche Sondergebiete 1	P	2 [uM]	2	-	2
48320	Allgemeine Kompetenzen 1	P	2 [uM]	2	-	2
Summe			31	10	6	16

2. (9.) Semester

Masterprojekt 2

49110	Masterprojekt 2	P	15 [bM]	-	6	6
-------	-----------------	---	---------	---	---	---

Designwissenschaften 2

49510	Designtheorie 2	W	5 [bM]	2	-	2
49520	Kultur- und Medienwissenschaften 2	W	5 [bM]	2	-	2
49530	Bezugswissenschaften 2	W	5 [bM]	2	-	2

P: Pflicht
Cr: Credits
bM: benotete Modulprüfung

W: Wahl
Pr: Praktikum / Projekt
uM: unbenotete Modulprüfung

SWS: Semesterwochenstunden
V: Vorlesung / Seminaristischer Unterricht

Nr.	Bezeichnung	P/W	Cr	SWS		
				V	Pr	Σ
Synthese / Integration 1						
49310	Fachliche Sondergebiete 2	P	2 [uM]	2	-	2
49320	Allgemeine Kompetenzen 2	P	2 [uM]	2	-	2
Summe			29	8	6	14

3. (10.) Semester

Abschlussarbeit

9000	Masterarbeit + Kolloquium	P	30 [bM]	-	-	-
Summe			30	-	-	-

P: Pflicht
Cr: Credits
bM: benotete Modulprüfung

W: Wahl
Pr: Praktikum / Projekt
uM: unbenotete Modulprüfung

SWS: Semesterwochenstunden
V: Vorlesung / Seminaristischer Unterricht

Module im Detail

1. (8.) Semester

Modul Masterprojekt 1

Die Studierenden erlangen die Fähigkeit zur Planung und Durchführung eines komplexen Designprojektes, individuell oder im Team. Dabei beweisen sie eine versierte Problemlösungskompetenz auch komplexer und professionsfremder Sachverhalte. Sie sind sicher in der Anwendung mehrdimensionaler angewandter Darstellungsformen und beherrschen den kreativen Entwurfsprozess. Die Studierenden nehmen die wechselseitigen Beziehungen in integrierten Projekten (Produkt- und Kommunikationsdesign) bewusst wahr.

15 Credits
48110

Themenverbund Designwissenschaften 1 | Der Themenverbund Designwissenschaften 1 dient den Studierenden zur Untersuchung kultureller Phänomene sowie der Beschäftigung mit designwissenschaftlich und gesellschaftlich relevanten Themenkomplexen. Intensive Betrachtungs- und Reflexionsformen und deren diskursive Betrachtung bilden den Kern der angeschlossenen Lehrveranstaltungen.

Designtheorie 1

Das Modul Designtheorie 1 thematisiert zentrale Positionen des aktuellen Designdiskurses und stellt sie zur kritischen Diskussion. Wesentlich ist die gesellschaftliche Kontextualisierung gestalterischer Prozesse in Bereichen wie Architektur, Urbanität und vernetzter Kommunikation.

4 Credits
48210

Kultur- und Medienwissenschaften 1

Das Modul Kultur- und Medienwissenschaften 1 beschäftigt sich mit kulturellen Phänomenen, die sich in hohem Maße über ihre Visualisierung vermitteln. Untersucht werden visuelle Inszenierungsstrategien im Bereich der Kultur- und Wissensproduktion, der Massenmedien sowie subkultureller Praxen. Die Inszenierung von Genderpositionen stellt einen weiteren Schwerpunkt dar.

4 Credits
48220

Bezugswissenschaften / Marketing 1

Das Modul Bezugswissenschaften / Marketing 1 unterstützt die Entwicklung und kritische Diskussion komplexer Marketingstrategien sowie weiterführende Untersuchungen zu Designmanagement und Markenmanagement.

4 Credits
48230

Modulcluster Synthese / Integration 1 | Die individuellen Projekte der Masterstudierenden werden in diskursiven Veranstaltungen der Fachbereichsöffentlichkeit zugänglich gemacht. Die Masterstudierenden sind aufgefordert ihren Studienverlauf und ihre persönlichen Zielsetzungen zur Diskussion zu stellen. Das Publikum – die Studierenden aus Bachelor- und Masterstudium – profitiert von den vielfältigen Beispielen der Studien- und Karriereplanung. Außerdem beteiligen sich die Masterstudierenden an Präsentations- und Ausstellungsformen des Fachbereichs Gestaltung und leiten Bachelorstudierende bei der professionellen Planung und Umsetzung dieser Projekte an.

Fachliche Sondergebiete 1

2 Credits
48310

Allgemeine Kompetenzen 1

2 Credits
48320

2. (9.) Semester

Modul Masterprojekt 2

Das zweite Projektmodul zeichnet sich durch erhöhte Komplexität aus. Integrative Aspekte, Überschneidungen und Durchdringungen von Produkt- und Kommunikationsdesign und weiteren Projektbereichen (Technologie, Engineering, Marketing) stehen im Vordergrund des Projektmoduls. Die Projekte stehen unter erhöhtem Realitätseinfluss des Berufsfeldes und konfrontieren die Studierenden mit einer Vielzahl an Entscheidungssituationen bezüglich entwerferischer Fragestellungen, kommunikativer Prozesse, technologischer wie ökonomischer Aspekte und wissenschaftlicher Diskurse.

15 Credits
49110

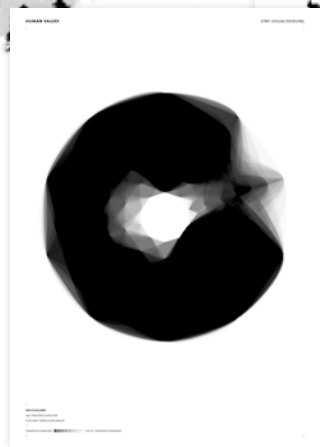
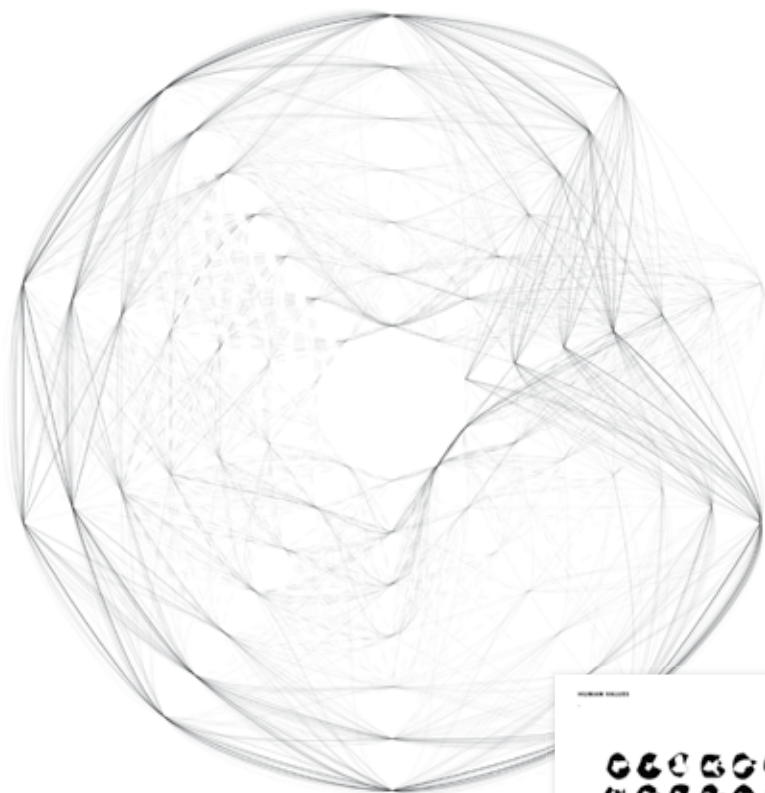
Themenverbund Designwissenschaften 2 | Der Themenverbund Designwissenschaften 2 dient den Studierenden zur vertiefenden Exploration kultureller Phänomene sowie der präzisen Untersuchung designwissenschaftlicher und gesellschaftlich relevanter Themenkomplexe. Intensive wissenschaftliche Betrachtungs- und Reflexionsformen und Diskurse bilden den Kern der angeschlossenen Lehrveranstaltungen.

Designtheorie 2

Das Modul Designwissenschaften 2 geht vertiefend auf zentrale Positionen des Designdiskurses im Kontext Gesellschaft, Kultur und Ökonomie ein und stellt sie zur kritischen Diskussion. Das Selbstverständnis des Designs und seine Rolle in der Formulierung ästhetischer Leitbilder wird kritisch hinterfragt.

5 Credits
49510

>



Kultur- und Medienwissenschaften 2

Das Modul Kultur- und Medienwissenschaften beschäftigt sich mit kulturellen Phänomenen, die sich in hohem Maße über ihre Visualisierung vermitteln. Gemeinschaftlich untersucht werden visuelle Inszenierungsstrategien im Bereich der Kultur- und Wissensproduktion, der Massenmedien sowie subkultureller Praxen auf ihre soziokulturelle Verankerung der Sinn- und Bildproduktion.

5 Credits
49520

Bezugswissenschaften 2

Das Modul Bezugswissenschaften 2 versetzt die Studierenden in die Lage angrenzende Wissenschaften in Bezug auf den Kontext Design und Gestaltung zu erörtern. Es bedient zudem bedarfsorientierte und designrelevante Schwerpunkte in Bereichen wie der Soziologie, der Ökonomie und den Ingenieurwissenschaften.

5 Credits
49530

Modulcluster Synthese / Integration 2 | Zusammenfassend beziehen sich die Synthese-/Integrationsmodule wie bereits im ersten Modulcluster auf studentische Aktivitäten, die der Allgemeinheit der Studierenden, der fachbereichseigenen Lern- und Infrastruktur und den beteiligten Studierenden zu Gute kommen. Sie dienen den Studierenden zur Synthese vielfältiger Lernerfahrungen in Theorie und Praxis sowie Methodik und Didaktik.

Fachliche Sondergebiete 1

2 Credits
49310

Allgemeine Kompetenzen 1

2 Credits
49320

3. (10.) Semester

Abschlussarbeit

Im Rahmen der Masterabschlussarbeit bearbeiten die Studierenden weitestgehend autonom ein selbstgewähltes Thema, welches Aspekte des Kommunikationsdesigns und des Produktdesigns vielschichtig integriert. Die Studierenden zeigen, dass sie in der Lage sind, innerhalb eines vorgegebenen Zeitrahmens die Aufgabenstellung sowohl in ihren fachlichen Einzelheiten als auch in den fachübergreifenden Zusammenhängen selbstständig zu bearbeiten. Entscheidungs- und Problemlösungsstrategien sowie die Wissensverarbeitung innerhalb komplexer interaktiver Prozesse, bilden hierbei einen Kern.

30 Credits
9000

Kolloquium

Das Kolloquium bietet den Studierenden die Möglichkeit, nach bestandener Abschlussarbeit diese mit dem Prüfungskomitee diskursiv zu vertiefen und zu reflektieren.

Allgemeine Informationen



Organisatorisches

Studiendauer, -aufbau und -beginn | Die Regelstudienzeit im Masterstudiengang „Kommunikationsdesign und Produktdesign“ beträgt einschließlich der Anfertigung der Abschlussarbeit drei Semester. Eine Aufnahme in das erste Studiensemester ist jeweils zum Winter- oder Sommersemester 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

Eignungsprüfung | Vor der Bewerbung um einen Studienplatz im Masterstudiengang „Kommunikationsdesign und Produktdesign“ müssen Interessierte eine Eignungsprüfung bestehen. Bewerbungen für die Teilnahme an der Prüfung sind frühzeitig über ein Bewerbungsformular, zusammen mit den entsprechenden Unterlagen, an den Fachbereich zu schicken. Das Formular steht online zum Download bereit unter www.design.fh-aachen.de

Bewerbungsfrist | Die Eignungsprüfung findet zweimal jährlich statt. Informationen zu den aktuellen Bewerbungsfristen und Bewerbungsmodalitäten finden Sie unter master.design.fh-aachen.de

**Informationen zur
Bewerbung und
Eignungsprüfung unter:**
master.design.fh-aachen.de
oder unter:
www.design.fh-aachen.de

Adressen

FH Aachen, Fachbereich Gestaltung

Boxgraben 100, 52064 Aachen
T +49.241.6009 51510
F +49.241.6009 51532
(oder 6009-518 80)
www.design.fh-aachen.de

Dekanin

Prof. Dipl.-Des. Ilka Helmig
T +49.241.6009 51510
helmig@fh-aachen.de

Fachstudienberatung

T +49.241.6009 51510
master@design.fh-aachen.de

Eignungsprüfungsvorsitzender

Prof. Dipl.-Des. Oliver Wrede
T +49.241.6009 51516
wrede@fh-aachen.de

Prüfungsausschussvorsitzender

Prof. Matthias Knézy-Bohm
T +49.241. 6009 51508
knezy-bohm@fh-aachen.de

ECTS-Koordinatorin

Prof. Dr. Sabine Fabo
T +49.241.6009 51502
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

Imprint

Publisher | Rector of the FH Aachen

Kalverbenden 6, 52066 Aachen, www.fh-aachen.de

Information | studienberatung@fh-aachen.de

Redaktion, Konzeption und Gestaltung

Fachbereich Gestaltung

Satz | Dipl.-Ing. Phillipp Hackl, M.A., Susanne

Hellebrand, Presse-, Öffentlichkeitsarbeit und Marketing

Fotos | Fachbereich Gestaltung

Titel: Yi-Ting Wang, S.6: Boxhorn Redaktion (Nr. 22),
S.10: David Wolpert, S.12: Leonie Werle, S.14: Woon
Chul Jung, S.17: Chris Bucanac (Foto: Octavian
Petreanu), S.22: David Pérez Cantó, S.24: Sebastian
Hecht (Foto: Uwe Gaertner)



