



Kommunikationsdesign

Bachelor of Arts (B.A.)

FACHBEREICH 04
GESTALTUNG



Gestaltung

- 07 Tätigkeitsfelder
- 08 Berufsaussichten
- 11 Kompetenzen

Der praxisnahe Studiengang

- 13 Industriekontakte/Kooperationen
- 15 Im Profil
- 28 Studienplan

Vor dem Studium

- 25 Zulassungsvoraussetzungen

Allgemeine Informationen

- 29 Organisatorisches
- 30 Adressen

Alle Informationen
zum Studiengang
Kommunikationsdesign
finden Sie auch unter
www.fhac.de/FB04-KD





Vorwort

Kommunikationsdesign

Seit der frühesten Phase seiner Entwicklung nutzt der Mensch Zeichen, um sich zu orientieren, um Geschichten zu erzählen und um Wissen zu konservieren. Zeichen, Symbole, Schriften, aber auch Düfte, Geräusche, Farben, Materialien und 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 erscheinen, 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. 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 künstlerisch - technischen Grundlagen sowie experimentellen und praxisorientierten Projekten.

Der Bachelorstudiengang Kommunikationsdesign umfasst alle Facetten der visuellen und verbalen Kommunikation: Die Studierenden lernen künstlerische und kreative Herstellungsprozesse in den Bereichen Grafikdesign, 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 Designinformation bewusst sein. Dazu kommt die Fähigkeit, Dinge neu zu denken und der Mut sie umzusetzen. Das wollen wir an unserem Fachbereich weiter fördern und stärken. Dazu gehört besonders, das Gelernte immer wieder zu hinterfragen.

Prof. Dipl.-Soz.Päd. Helmut J. Jakobs
Dekan des Fachbereichs Gestaltung

Gestaltung

„Die Vielfalt ist das spannende am Kommunikationsdesign, eine Vielfalt, die ich selbst gestalten darf. Kreativität ist dafür eine Grundvoraussetzung.“

Dipl. Des. David Pérez Cantó, Groba/Pérez Cantó Kommunikationsdesign Köln, Alumnus der FH Aachen



Tätigkeitsfelder Zeichen setzen.

Immer und überall werden Informationen kommuniziert. Vom Sender zum Empfänger, von A nach B. Unser Leben wird jeden Tag in Szene gesetzt, unser Mitteilungsbedürfnis wird greifbar gemacht. 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 der Visualisierung von Kommunikation.

Kommunikation zu designen ist ein sehr komplexer Vorgang. Es geht natürlich nicht nur darum, „wie“ etwas gesagt wird, sondern auch „was“ gesagt wird. Der Gestaltungsprozess ist kreativ und individuell. Es geht darum Inhalten Form zu geben, Zusammenhänge mit dem richtigen Blick zu erkennen und der Oberfläche die Liebe zum Detail zu verleihen.

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 genährt.

Information wird Inhalt, Inhalt wird Form. Der Kommunikationsdesigner erkennt Zusammenhänge nur mit dem richtigen Blick, dem Durchdringen der Oberfläche, der Liebe zum Detail. Er ist sensibel für die Wahrnehmung und Wirkung seines Produkts und gestaltet mit Empathie und Mut.

Der Bachelorstudiengang „Kommunikationsdesign“ ist nicht auf einfach nur ein Tätigkeitsfeld ausgerichtet. Die Studierenden lernen, sich auf dem Marktplatz der Kreativen zurecht zu finden. Sie sind konzeptstarke Berater und haben im Schaffensprozess immer das Ergebnis vor Augen. Sie haben das Privileg, berufliche und persönliche Leidenschaft zu vereinen.

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.

Vor nicht mal 20 Jahren war der Begriff Kreativwirtschaft kaum jemandem geläufig. Heute liegt dieser Wirtschaftszweig mit seiner Bruttowertschöpfung noch vor der Energiebranche und nah an der deutschen Automobilindustrie. Mehr als eine Million Erwerbstätige verdienen in der Kreativwirtschaft ihren Lebensunterhalt, zum größten Teil organisiert in Kleinst- und Kleinunternehmen. Es handelt sich um einen höchst dynamischen Sektor, der stark von technologischen Entwicklungen und der fortschreitenden Vernetzung der Lebens- und Wirtschaftsräume beeinflusst wird.

Die Planbarkeit des Studienverlaufs lässt sich nicht automatisch auf Stellensuche, Vorstellungsgespräch und Arbeitsvertrag weiterdenken. Mit der Urkunde in der Hand haben die Absolventen eine sehr wertvolle Chance. Sie werden nicht für den einen Arbeitsmarkt ausgebildet, sondern finden sich durch ihre ausgeprägte Interdisziplinarität auf vielen Märkten zurecht; sei es in Werbe- und Medienagenturen, Design-Büros oder in Unternehmen mit eigener Kommunikationsabteilung, in der Verlagswirtschaft oder den Print-, Online-, Rundfunk- und 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.

Doch der Designer funktioniert nicht einfach nur, er bringt Persönlichkeit mit ein. 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, schärfen ihren Blick. Damit öffnen sich Türen.

Schöner Beruf, schöne Aussichten!

„Das spannende an der Arbeit ist die Abwechslung. Durch die Vielfalt an Aufgaben und Kunden mit denen man zu tun hat, ist fast jeder Tag anders. Und auch inhaltlich ist die Abwechslung vorprogrammiert: Was es schon gab, geht nicht. Man muss immer wieder Neues erfinden.“

Dipl. Des. Heiner Twenhävel, Jung von Matt/Alster, Hamburg, Alumnus der FH Aachen

Statements unserer Absolventen unter:
www.fhac.de/FB04-Alumni



Werbespot, „Vodafone: Ad Power“, Heiner Twenhävel, Jung von Matt Hamburg



Kampagne „Hamburger Kunsthalles“, Ole Gehling, Heine/Lenz/Zizka Berlin



Musikvideo, „Lena Meyer-Landrut - Wind & Free“, Vi-Dan Tran



Kompetenzen

Unkontrollierbar, bewandert, kreativ.

Wenn von Kreativität die Rede ist, von Innovation und Spontaneität, dann steigert sich die Abstraktion schnell in nur schwer Greifbares. 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 das gewisse Etwas, welches sich durch das gesamte Studium zieht. Eine Idee ist erst umsetzbar, wenn für ihre Realisierung die konzeptionellen, gestalterischen und technischen Fähigkeiten vorhanden sind. Die Studierenden lernen außerdem, ihrem persönlichen Denken Ausdruck zu verleihen, mit Augenmaß, Disziplin und Struktur an Projekte heranzugehen und diese erfolgreich abzuschließen.

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 reagieren, einen Gedanken aus der Hand geben und ihn sich entwickeln lassen, um ihn dann wieder einzufangen.

Neben den gestalterischen und technischen Grundlagen können verschiedene Module gewählt werden: 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.

Theorie und Praxis gehen Hand in Hand.

„Wir fungieren als Problemlöser und geben den unterschiedlichsten Informationen eine Form, um diese zugänglicher, transparenter und verständlicher zu machen. Dieses Feld ist spannend und abwechslungsreich“

Dipl. Des. David Wolpert,
Deutsche & Japaner,
Mannheim, FH Alumni

Räumlichkeiten unter:
www.fhac.de/FB04-KD-Einrichtungen

Der praxisnahe Studiengang Kommunikationsdesign

Forschungsprojekt „ProSense“



Industriekontakte/ Kooperationen Losgelassen. Eingebunden.

Aller Anfang ist schwer, aber mit Eigenengagement und der Unterstützung des Fachbereichs werden JungdesignerInnen schon früh repräsentative Resultate erzielen. Die Studierenden des Fachbereichs Gestaltung lernen in zahlreichen Kooperationen mit Unternehmen und öffentlichen Einrichtungen den Übergang der Theorie in die Praxis: Eine Idee wird aus dem Studienkontext in einen realen Arbeitsauftrag transportiert: auf die Messe, an den Point of Sale, in das Museum und damit in die öffentliche Wahrnehmung. In der Präsentation eigener Denkprozesse teilen sie an Argumentation und Konzeptverständnis, treffen auf Kritik und Zustimmung, bewegen sich souverän auf (kultur-)wirtschaftlichem Terrain.

Folgende Projekte seien stellvertretend 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 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 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**. Darüber hinaus entstehen in Kooperation mit dem **Ludwig Forum für internationale Kunst** gemeinsame Projekte und Ausstellungen.

Details zu den Projekten
des Fachbereichs unter:
www.fhac.de/FB04-Projekte



Im Profil

Der Studiengang

Im Mittelpunkt des siebensemestrigen Studiums Kommunikationsdesign steht das ganzheitliche Projektstudium, in welchem die Studierenden methodische und fachliche Aspekte aus den Bereichen Grundlagen-, Theorie- und Schlüsselqualifikationen praxisnah 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. Dies ermöglicht eine Qualität die sich bereits nach dem ersten berufsqualifizierenden Abschlusses auf einem höherwertigen Niveau bewegt. Des Weiteren stellen die mit diesem Abschluss erworbenen 210 Leistungspunkte die Kompatibilität mit weiterführenden Masterstudiengängen in der EU sicher. Der Kerngedanke des Modells ist der europaweite Austausch.

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

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

Diese werden durch die gestalterischen Grundlagenmodule Farbe, Form, Komposition und Zeichnerische Grundlagen komplettiert. Weitere fachliche Grundlagen in audiovisuellen und computergestützten Technologien sowie in Kunst- und Designgeschichte werden zudem vermittelt. Methodische und wissenschaftliche Bezüge werden gezielt im ausgewiesenen Modul Bezugswissenschaften hergestellt.

Zweites Studienjahr | Zwei verpflichtende Kurzprojekte pro Semester im Modul Konzeption und Entwurf gewährleisten im

Weitere Infos unter:
www.fhac.de/FB04-KD-Studiengangskonzept

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
- > Tapedesign
- > 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 Event-AGs, lernen die Studierenden ihre gestalterische Kompetenz in den konkreten Arbeitsalltag ihrer Hochschule einzubringen.

Drittes Studienjahr | Im dritten Studienjahr konzentriert sich die Projektarbeit auf zwei umfassende Semesterprojekte, die 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 Hochschule im Ausland zu studieren.

Bachelorprojekt | 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.

Studienprojekte unter:
www.fhac.de/FB04-KD-Studienarbeiten

Abschlussarbeiten unter:
www.diploma-ac.de



Illustrationen und Kinderbuch „Das grosse Viel und das kleine dicke Wenig“, Lara Blisnick



Corporate Design, „Bundeszentrale für politische Bildung“, Jacqueline Page

Studienplan

Informationsdesign „Viel Licht, viel Schatten“ Daniel Graemeier, Sascha Hermanns, Vanessa Lang

Seit Anbeginn der Menschheit war Licht, damals noch in Form von Feuer, ein Ort, an dem sich Menschen versammelten, wärmten und versicherten. Mit der Erfindung der ersten Glühlampe 1879, der rasch folgenden Industrialisierung und damit verbundenen Urbanisierung hat sich dieses Blatt stark gewendet. Das Licht selbst hat sich jetzt um uns, statt andersherum und das rund um die Uhr. So ist und heutzutage besteht eine neue Art der Umweltverschmutzung, von der selbst heute der Großteil der Menschen keines blassen Schimmers hat.

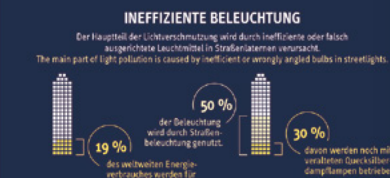
Lichtverschmutzung ist eines der größten Probleme der Gegenwart und zieht mehr Folgen mit sich, als man zunächst glauben mag. Heutzutage ist jede Stadt mit einer Einwohnerzahl ab circa 500.000 Menschen einer konstanten Lichtverschmutzung von mindestens 60 % ausgesetzt. Ob Straßenbeleuchtung zur angenehmen Steigerung der Sicherheit oder dekadentes City-Marketing in Form von Skybeams und Gebäudefassadebeleuchtung. Durch großflächige und falsche Beleuchtung schaden wir nicht nur der Tierwelt, sondern auch dem gesamten Planeten und letztendlich uns selbst. Jeder von uns ist bereits betroffen.

Die folgenden Informationsgrafiken vermitteln Fakten und weitreichende Folgen, die mit der jährlich um 6 % steigenden Lichtverschmutzung einhergehen. Da sich die Basis unserer Arbeit auf die jeweilige Klade einer Stadt bezieht, nutzen wir dafür die abstrakte Form des Quadrates zur Visualisierung.

There has been light ever since the very beginning of civilization. In better times it came as candles, a place where people came together, around houses and the great. The invention of the first light bulb in 1879, the rapid industrialization and with it urbanization brought us into a new era. The light bulb was a new step – and it was so convincing, they said, that it was a new kind of environmental pollution had developed, which is still associated by the majority of the population.

Light pollution is one of the biggest problems of the present and it has a deeper impact than we might think. Nowadays a city with approximately more than 500,000 inhabitants is exposed to a constant light pollution of at least 60 %. As a result, what kind of consequences for the environment and the city planning itself, such as urbanization or illuminated buildings, landscape and energy consumption are not only for the future, but also while people and their environment. Every one of us is already affected.

The following infographics show facts and consequences associated with light pollution, a problem increasing rapidly at a rate of approximately 6 % per annum. Since our point of reference relates to the individual surface area of a city, we use the abstract shape of a square for visualization.



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			8
01_2	Farbe, Form, Komposition 1	Ü	41140			4
01_3	Zeichnerische Grundlagen 1	Ü	41150			4
01_4	Typografie, Layout 1	Ü	41160			4
4 tbM						20

Design Grundlagen 2						
02_1	Gestaltung: Grundlagenprojekt 2	P	42110			8
02_2	Farbe, Form, Komposition 2	Ü	42140			4
02_3	Zeichnerische Grundlagen 2	Ü	42150			4
02_4	Typografie, Layout 2	Ü	42160			4
4 tbM						20

Technik 1						
03_1	DTP/EP 1	Ü	42551			3
03_2	AV/Foto 1	Ü	42561			3
03_3	Interaction/Interface 1	Ü	42571			3
3 uM						9

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 = Modulcode, LP = Leistungspunkte
Mittig eingetragene Module können in jeweils einem der betreffenden Semester abgelegt werden.
● = Pflichtveranstaltung ○ = Wahlpflichtveranstaltung ●○ = Teilprüfung



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 Kapuzenhoodies, Lanyards, Tassen und Taschen in verschiedenen Designs und Farben können rund um die Uhr bestellt werden.

www.fhshop-aachen.de

Merchandising by
**CAMPUS
SPORTSWEAR**

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	DTP/EP 2	Ü	[44550]	42551		○	[5] 4
06_2	AV/Foto 2	Ü	[44560]	42561		○	[5] 4
06_3	Interaction/Interface 2	Ü	[44570]	42571		○	[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	Praxisprojekt Bachelor			46600		●	15
13_2	Bachelorarbeit		8998			●	12
13_3	Kolloquim		8999			●	3
					1 uM + Abschluss		30

Vor dem Studium

Zulassungsvoraussetzungen



Zulassungsvoraussetzung für den Bachelorstudiengang Kommunikationsdesign ist die Fachhochschulreife oder die allgemeine Hochschulreife. Zudem legen die StudienbewerberInnen im Bewerbungsverfahren eine künstlerisch-gestalterische Eignungsprüfung ab. Diese Prüfung kann entweder am Fachbereich Gestaltung der FH Aachen oder an einer anderen FH mit entsprechendem Design-Studiengang in NRW abgelegt werden.

Praktikum | 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 zu Beginn des ersten Semesters zu erbringen, die restlichen vier Wochen können bis zu Beginn des dritten Semesters absolviert werden. In bestimmten Fällen kann anstelle eines Praktikums eine vorausgegangene Berufsausbildung, Berufstätigkeit oder ein Jahrespraktikum in einem studienrelevanten Bereich angerechnet werden. 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 online zum Download bereit.

Weitere Informationen zur Anerkennung des Praktikums unter: www.fhac.de/FB04-KD-Bewerbung

Teilnahmeformular unter: www.fhac.de/FB04-KD-Bewerbung

>

Eignungsprüfung | Die Prüfung findet im Frühjahr statt und beinhaltet mehrere Teilprüfungen. Anhand dieser stellt der Fachbereich Gestaltung 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 und 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 Eignung darstellen. Die Zusammenstellung wird vom Fachbereich nicht vorgeschrieben. Im Bestfall stellen sich die BewerberInnen Aufgaben und Themen für ihre Mappe selbst. Generell werden keine Fähigkeiten und Kenntnisse abgefragt, die erst durch das Studium erworben werden. Im Rahmen der Prüfung sind auch die technischen Fähigkeiten nur von sekundärem Interesse. Es besteht die Möglichkeit zur Mappenberatung, welche in Anspruch genommen werden sollte.

Außerdem 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 die mehrteilige Hausaufgabe sowie die Klausur mit einer Gewichtung von jeweils 50%.

Hauptkriterien der Bewertung sind:

- > Wahrnehmungsfähigkeit
- > Vorstellungsfähigkeit
- > Darstellungsfähigkeit

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

Prüfungsergebnis | Das Ergebnis der Prüfung wird in der Regel nach etwa 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. Die Anmeldung erfolgt direkt an der FH Aachen und kann online vorgenommen werden.

Aktuelle Termine für die Mappenberatung unter:
www.fhac.de/FB04-KD-Bewerbung

Online Bewerbung unter:
www.fh-aachen.de/hochschule/studierendensekretariat/bewerbung-bachelor-studienplatz



Werbekampagne „Chiquita Fruits“, Sebastian Kamp, Fabian Jung



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

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 Erhebung von zusätzlichen Studiengebühren in Höhe von 500 € pro Semester sind von der Landesregierung NRW seit 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.

Bewerbung um einen Studienplatz | Zwischen Anfang Mai bis 15. Juli (Ausschlussfrist) können sich Bewerber beim Studierendensekretariat der FH Aachen für den Studiengang Kommunikationsdesign am Fachbereich Gestaltung einschreiben. Eine Online-Bewerbung ist ebenfalls möglich.

Auflistung der einzelnen aktuellen Beiträge unter:
www.fh-aachen.de/hochschule/studierendensekretariat/sozial-und-studierendenschaftsbeitrag

Anmeldefrist zur Eignungsprüfung unter:
www.fhac.de/FB04-KD-Bewerbung

Online-Bewerbung unter:
www.fh-aachen.de/hochschule/studierendensekretariat/bewerbung-bachelor-studienplatz

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

Impressum

Herausgeber | Der Rektor der FH Aachen
Bayernallee 11, 52066 Aachen
www.fh-aachen.de

Auskunft | studienberatung@fh-aachen.de

Stand | November 2015

Allgemeine Studienberatung

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

Studierendensekretariat

Bayernallee 11
52066 Aachen
T +49.241.6009-516 20
www.fh-aachen.de/hochschule/studierendensekretariat

Akademisches Auslandsamt

Bayernallee 11
52066 Aachen
T +49.241.6009-510 18
(oder 6009-52 839)
www.fh-aachen.de/hochschule/akademisches-auslandsamt

Konzeption und Gestaltung | Fachbereich Gestaltung

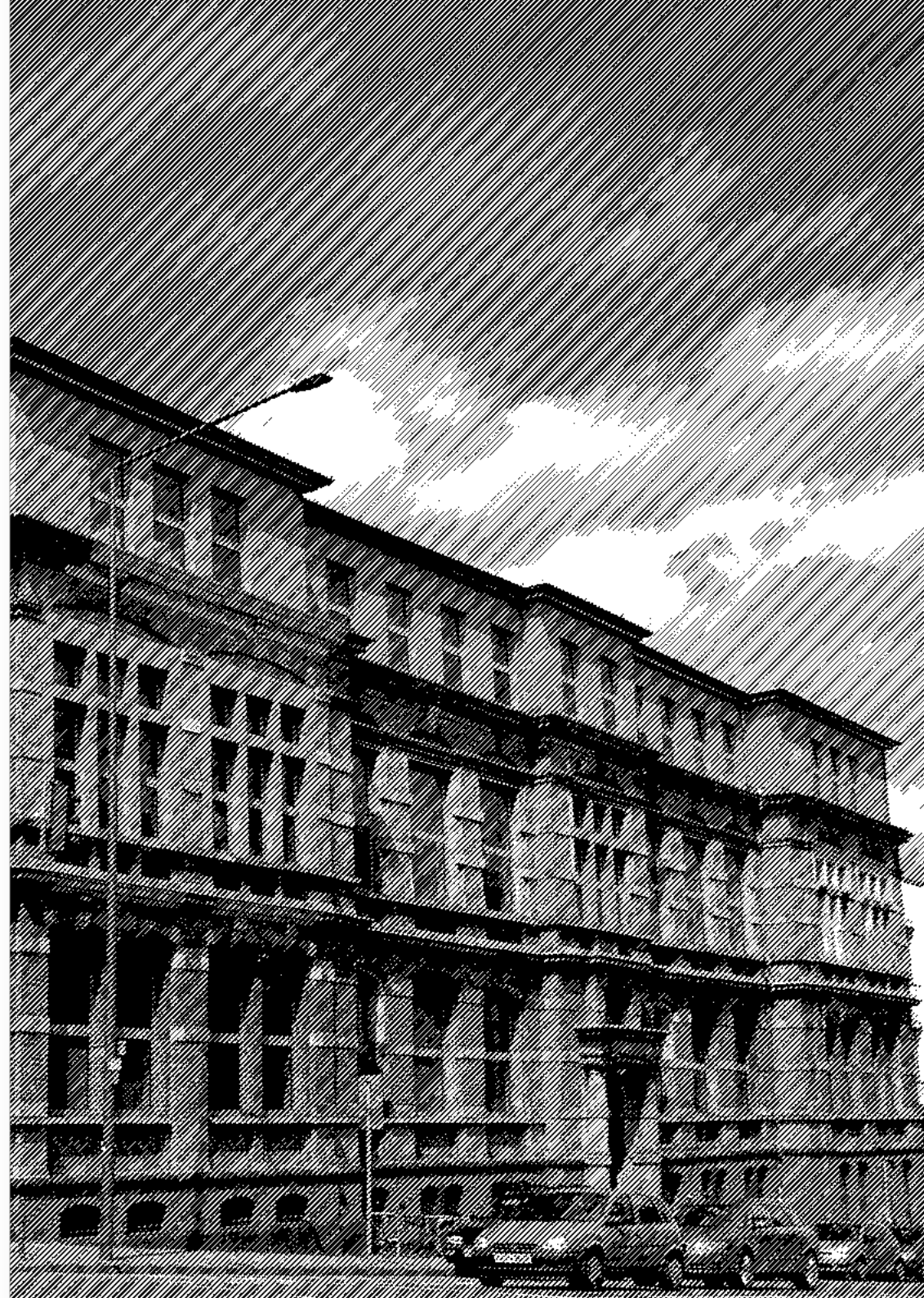
Redaktion | Fachbereich Gestaltung; Deborah de Muijnck, B.A.; Sarah Hellwig B.A.; Sirit Coeppicus, M.A.; Melanie Böttcher, B.A.

Marketing | Prof. Christoph Scheller

Satz | Melanie Böttcher, B.A., InHouse Agentur, Fachbereich Gestaltung; Dipl.-Ing. Philipp Hackl, M.A.; Susanne Hellebrand, Presse-, Öffentlichkeitsarbeit und Marketing

Fotos und Grafiken | Fachbereich Gestaltung;
Titel: Eric Greven; S.09: Heiner Twenhäfel, Ole Gehling und Vi-Dan Tran; S.14: Stefan Siebert; S.17: Lara Bispinck und Jacqueline Page; S.18: Daniel Grasmeier, Sascha Hermanns und Vanessa Lang; S.24: Alexandra Lazinski; S.27: Sebastian Kamp, Fabian Jung und 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.





ZERTIFIKAT 2014



Vielfalt
gestalten
in NRW

Gemeinsames Diversity-Audit des Stifterverbandes
und des Ministeriums für Innovation, Wissenschaft
und Forschung des Landes Nordrhein-Westfalen

