

**HBK
ES
SEN**

**MODULHANDBUCH
DIGITAL MEDIA DESIGN**



HOCHSCHULE DER BILDENDEN KÜNSTE ESSEN

HBK Essen, Digital Media Design B.A. Semester 1					
Modulbezeichnung Gestaltungsgrundlagen 1			01.1 / 01.2 / 01.3 / 01.4 DGP / BFA		
Lehrformen Seminar	Voraussetzungen für die Teilnahme	Workload 450 Std.	Verwendbarkeit des Moduls B.F.A.-Studiengänge Digital Media Design B.A. Game Art and Design B.A. Produktdesign B.A.		Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Punkten Portfolio für alle vier Teilmodule
Häufigkeit des Angebots Einmal jährlich	Dauer des Moduls 1 Semester	Arbeitsaufwand in Stunden 120 LV-Std. 330 Std. Selbststudium	Leistungspunkte und Noten 15	Gruppengröße max. 40	
<p>Qualifikationsziele des Moduls</p> <p>Die Studierenden haben grundlegende Eigenschaften und Kenngrößen einer freien und auch künstlerischen Gestaltung kennengelernt und können diese anwenden. Hierzu zählen Grundlagen der Flächengestaltung (2D), der Raumgestaltung (3D), der Gestaltung mit Farbe und Licht, figürliches und gegenständliches Zeichnen, sowie Modellieren (analog).</p> <p>Sie können in diesem Kontext einschlägige Gesichtspunkte der Gestaltungslehre sicher und materialgerecht einsetzen. Sie können ihr eigenes Thema finden, darstellen und auch in Hinblick auf Kontexte begründen. Sie nutzen hierbei analoge und digitale Gestaltungsmittel.</p>					
Teilmodule					
Kenn-Nr.	Titel	Zugehörige Lehrveranstaltungen	Arbeitsaufwand	Leistungspunkte	Prüfung/ Leistung
01.1 DGP/BFA	Fläche	Seminar	30:90 Std.	4	Portfolio
01.2 DGP/BFA	Raum/Körper	Seminar	30:90 Std.	4	
01.3 DGP/BFA	Farbe/Licht	Seminar	30:90 Std.	4	
01.4 DGP/BFA	Zeichnen - Akt, Gegenstände, figürlich Modellieren	Seminar	30:60 Std.	3	

Teilmodul 01.1 DGP/BFA				
Fläche				
Qualifikationsziele des Teilmoduls				
Die Studierenden haben grundlegende Eigenschaften und Kenngrößen einer freien – auch künstlerischen - Flächengestaltung kennengelernt und sind in der Lage, diese für ihre Gestaltungen, ihre Techniken und gestalterischen Vorgehensweisen zu nutzen.				
Inhalte				
Die Studierenden üben den Gebrauch elementarer Entwurfsmittel durch freihändiges Zeichnen und grundlegende Arbeiten mit Gestaltungssoftware.				
Vermittlung grundlegender Gesetzmäßigkeiten der Gestaltung				
Vermittlung von Regeln der Flächengestaltung (Fläche, Raster, Gliederung, Linie)				
Formate, Kontraste, Anordnungen von Flächenelementen				
Muster und Strukturen der Fläche.				
Lehrveranstaltungen im Teilmodul	SWS	Arbeitsaufwand	Gruppengröße	Leistung/ Teilleistung
Seminar	2	30:90 Std.	4 x max. 40	Portfolio
Die Leistungsnachweise müssen bis zum Ende des 2. Semesters erbracht werden.				

Teilmodul 01.2 DGP/BFA				
Raum/Körper				
Qualifikationsziele des Teilmoduls				
Die Studierenden haben grundlegende Eigenschaften und Kenngrößen einer freien – auch künstlerischen – Produkt- und Raumgestaltung kennengelernt und sind in der Lage, diese für ihre Gestaltungen, ihre Techniken und Vorgehensweisen zu nutzen.				
Inhalte				
Geometrische Grundformen niederer Komplexität, Proportionen, Form- und Proportionsänderungen und deren Wirkungen, von Flächenhierarchien zu Formsyste men und deren Nutzung im Design, Erzeugen von formal sinnvollen Körper- und Raumgebilden unter Nutzung von Kanten- und Flächenbeziehungen sowie Winkeln und Radien etc., traditionelle Gestaltvorstellungen wie Radientopologie				
einfache und komplexe Formen gestalten,				
Formkonzepte, Formen und Körper im Raum,				
Muster und Strukturen der Körper.				
Lehrveranstaltungen im Teilmodul	SWS	Arbeitsaufwand	Gruppengröße	Leistung/ Teilleistung
Seminar	2	30:90 Std.	4 x max. 40	Portfolio
Die Leistungsnachweise müssen bis zum Ende des 2. Semesters erbracht werden.				

Teilmodul 01.3

Farbe, Licht

Qualifikationsziele des Teilmoduls

Die Studierenden haben grundlegende Eigenschaften und Kenngrößen einer freien – auch künstlerischen - Farbgestaltung kennengelernt und sind in der Lage, diese für ihre Gestaltungen, ihre Techniken und Vorgehensweisen zu nutzen. Sie nutzen ihre Kenntnisse von Farbe und Materialien am Produkt und beim Entwurf.

Die Studierenden kennen wesentliche Aspekte der Lichtgestaltung und können diese im Entwurf einsetzen.

Inhalte

Vortrag und Übungen in der Farblehre, zu Farbprodukten und analogen/digitalen Farbsystemen, zum Verhältnis von Materialien/Oberflächen/Volumen zur Farbwiedergabe und Farbwirkung. Psychologische Aspekte der Farbwirkung und Farbanwendung.

Kontrastlehre unter Berücksichtigung der physiologischen, psychologischen und wahrnehmungsbezogenen Rahmenbedingungen und Gesetzmäßigkeiten,

Farbübungen additiv und subtraktiv mit unterschiedlichen Farbträgern und Lichtsituationen unter Nutzung diverser Materialien und Werkstoffe, als Substanz und am Computer.

Licht wird ausgehend von beleuchteten und leuchtenden Oberflächen thematisiert. Licht- und Beleuchtungsanalyse in ästhetischer, dramaturgischer und technischer Hinsicht, theoretisches Grundwissen über Licht. Die Wirkung verschiedener Licht- und Schattenkonstellationen auf Oberflächen von Gegenständen und Figuren im Kontext der Farbeindrücke, Muster, Texturen etc. wird analysiert.

Lehrveranstaltungen im Teilmodul	SWS	Arbeitsaufwand	Gruppengröße	Leistung/ Teilleistung
Seminar	2	30:90 Std.	4 x max. 40	Portfolio

Die Leistungsnachweise müssen bis zum Ende des 2. Semesters erbracht werden.

Teilmodul 01.4 DGP/BFA

Zeichnen - Akt, Gegenstände, figürlich Modellieren

Qualifikationsziele des Teilmoduls

Die Studierenden verfügen über die handwerklichen Fähigkeiten zur zeichnerischen Darstellung von Figuren und Gegenständen unter Einsatz unterschiedlicher Techniken und Materialien, und in unterschiedlichen Szenarien. Schwerpunkt ist die Darstellung von Produktentwürfen.

Die Studierenden können Raumobjekte mit verschiedenen Modellier-Techniken gestalten und die Ergebnisse erläutern.

Die Studierenden können zweidimensionale Darstellungen in einfache gegenständliche Tonmodelle umsetzen (Clay Modelling).

Inhalte

Zeichenübungen auf Papier mit verschiedenen Werkzeugen, figürlich und gegenständlich aufgrund eines vorgegebenen Themas, und/oder Gegenstandes, und/oder von Figuren.

Dreidimensionale und perspektivische Darstellungen, technische Funktionsdarstellungen, Übungen zu Licht und Schatten, zu verschiedenen Texturen und Abstrahierungstechniken. Proportionsstudien im Aktzeichnen.

Zeichenübungen mit für die Präsentation besonders geeigneten Werkzeugen wie Layout-Markern. Skribbeln und Layout-Illustrationsübungen.

Mit geeigneten Werkstoffen wie Gips, Kunststoff und Ton wird dreidimensionale experimentelle Formgebung erprobt.

Die Modellierübungen trainieren Vorgehensweisen zur systematischen körperlichen Formgebung, unter Berücksichtigung von Geometrie und Formsyste-men zur Strukturierung von Flächenhierarchien mit einfachen Modellier-Techniken.

Weiterhin vermittelt wird das maßgerechte Umsetzen von zweidimensionalen Vorlagen in räumliche Dimensionen, unter besonderer Berücksichtigung der Flächenbearbeitung, zum Beispiel von naturalistischen Figuren in Ton (Character-Design)

Lehrveranstaltungen im Teilmodul	SWS	Arbeitsaufwand	Gruppengröße	Leistung/ Teilleistung
Seminar	2	30:60 Std.	4 x max. 40	Portfolio

Die Leistungsnachweise müssen bis zum Ende des 2. Semesters erbracht werden.

HBK Essen, Digital Media Design B.A. Semester 1						
Modulbezeichnung Grundlagen Digital Media Design 1				02.1 D 02.2 DP / BFA		
Lehrformen Vorlesung Seminar Übung	Voraussetzungen für die Teilnahme	Workload 270 Std.	Verwendbarkeit des Moduls 02.1 Digital Media Design 02.2 B.F.A.-Studiengänge Digital Media Design B.A. Produktdesign B.A.		Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Punkten Portfolio	
Häufigkeit des Angebots Einmal jährlich	Dauer des Moduls 1 Semester	Arbeitsaufwand in Stunden 120 LV-Std. 150 Std. Selbststudium	Leistungspunkte und Noten 9	Gruppengrößen Vorlesung 60 Seminar/ Übung max. 40		
<p>Qualifikationsziele des Moduls</p> <p>Die Studierenden können für eine Marke ein einfaches Kommunikationskonzept unter Nutzung der im Modul erworbenen Befähigungen gestalten und präsentieren. Sie implementieren hierzu eigenständig und auf ästhetisch überzeugendem Niveau gestaltete Fotografien.</p>						
Teilmodule						
Kenn-Nr.	Titel	Zugehörige Lehrveranstaltungen	Arbeitsaufwand	Leistungspunkte	Prüfung/ Leistung	
02.1 D/BFA	Visuelle Kommunikation für Digital Media Design	Seminar	60:90 Std.	5	Portfolio	
02.2 DP/BFA	Digitale Fotografie und Bildbearbeitung	Vorlesung Übung	60:60 Std.	4	Portfolio	

Teilmodul 02.1 D/BFA

Visuelle Kommunikation für Digital Media Design

Qualifikationsziele des Teilmoduls

Die Studierenden können die Idee einer einfachen visuellen Kommunikationsstrategie für eine Marke zeichnen, präsentieren und die Entwurfsentscheidung begründen. Dabei nutzen sie die in der Lehrveranstaltung erworbenen theoretischen Kenntnisse und praktischen Gestaltungsfähigkeiten.

Inhalte

Die Studierenden sollen eine eigene Idee grafisch umsetzen. Hierzu erhalten sie eine fundierte Einführung. Mögliche Inhalte sind:

Einfache visuelle Kommunikationsstrategie für z. B. eine einfache Geschäftsausstattung/ Online Portfolio, Layout Grundlagen Grafik + Typografie (Print/Web), Grundlagen Webdesign

Corporate Design (z. B. Logo/Profilbild, Briefbogen/E-Mailsignatur).

Einfache Website: Visuelles Design (Icons, Formen, Farben), Konzeptionelles Design (Wireframes, Interaktion, Navigation), grafische Prototypen, HTML und CSS.

Was kann visuelle Kommunikation leisten? Wie beschreibt man ihre Ziele?

Über und mit welchen Methoden, Techniken, Kanälen, Medien, Formen, Formaten etc. kann wirksam kommuniziert werden?

Welche Rolle spielen Zielgruppen, visuelles und textliches Argumentieren, Gesetze der Wahrnehmung und der zwischenmenschlichen Kommunikation, Formen sprachlicher und rhetorischer Wissensvermittlung? Was ist kommunikativer Nutzen und woran wird er gemessen?

Kreativtechniken für die zielgruppenangemessenen Visualisierungen z.B. Moodboard

Recherche beispielhafter Kommunikationskampagnen, Entwicklung eigener Ideen für einen Markenauftritt und zeichnerische Umsetzung

Illustrator, InDesign, Dreamweaver, HTML, CSS

Lehrveranstaltungen im Teilmodul	SWS	Arbeitsaufwand	Gruppengröße	Leistung/ Teilleistung
Seminar	4	60:90 Std.	max. 40	Portfolio

Die Leistungsnachweise müssen bis zum Ende des 2. Semesters erbracht werden.

Teilmodul 02.2 DP/BFA

Digitale Fotografie und Bildbearbeitung

Qualifikationsziele des Teilmoduls

Die Studierenden können mit eigenständiger Handschrift Arbeiten im Bereich der digitalen Objektfotografie, Portrait- oder Dokumentarfotografie auf ästhetisch überzeugendem Niveau gestalten, digital nachbearbeiten und präsentieren, sowie ihre Vorgehensweise erläutern.

Inhalte

Entwurfsübungen, anhand derer
Grundlagen der digitalen Objektfotografie, Portrait- oder Dokumentarfotografie
der Einsatz von Tageslicht und Kunstlicht,
fotografische Bildkomposition
digitale Fototechnik
Grundlagen der Bildbearbeitung mit Photoshop
eingeübt werden.

Herausarbeiten eines eigenen fotografischen Profils im Bereich der angewandten Fotografie
Konzipieren und Realisieren von angewandten Bildserien für soziale, gesellschaftliche und gewerbliche
Inhalte, kritische Analyse bestehender Konzepte und der eigenen Arbeitsmethoden und -ergebnisse,
Übung zu Präsentationsformen (Portfolio, Vortrag, Ausstellung)

Referenzsoftware: Photoshop

Lehrveranstaltungen im Teilmodul	SWS	Arbeitsaufwand	Gruppengröße	Leistung/ Teilleistung
Vorlesung	2	30:00 Std.	2 x 60	
Übung	2	30:60 Std.	3 x max. 40	Portfolio
Die Leistungsnachweise müssen bis zum Ende des 2. Semesters erbracht werden.				

HBK Essen, Digital Media Design B.A. Semester 1					
Modulbezeichnung Theorie und Geschichte 1 (mit Praxisanteilen)				03.1 / 03.2 DGP / BFA	
Lehrformen Vorlesung Seminar Übung	Voraussetzungen für die Teilnahme	Workload 180 Std.	Verwendbarkeit des Moduls B.F.A.-Studiengänge Digital Media Design B.A. Game Art and Design B.A. Produktdesign B.A.		Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Punkten Referat, Hausarbeit Schriftlicher Test
Häufigkeit des Angebots Einmal jährlich	Dauer des Moduls 1 Semester	Arbeitsaufwand in Stunden 120 LV-Std. 60 Std. Selbststudium	Leistungspunkte und Noten 6	Gruppengröße Vorlesung max. 80 Seminar/ Übung max. 40	
<p>Qualifikationsziele des Moduls</p> <p>Die Studierenden können sowohl kunstwissenschaftliche als auch designwissenschaftliche Wissensbestände, Theorien und Methoden mündlich und schriftlich anwenden. Sie können selbstgesteuert und eigenständig ihr Wissen zur Kunst- und Designwissenschaft erweitern und vertiefen. Sie sind in der Lage, qualifiziert ästhetische Fragen der bildenden Kunst zu bearbeiten und ästhetische Fragen zum Design mit Fokus auf visuelle Kommunikation zu beantworten.</p>					
Teilmodule					
Kenn-Nr.	Titel	Zugehörige Lehrveranstaltungen	Arbeitsaufwand	Leistungspunkte	Prüfung/ Leistung
03.1 DGP/BFA	Einführung Kunst- und Kulturgeschichte, Wissenschaftliches Arbeiten	Vorlesung Seminar	60:30 Std.	3	Referat, Hausarbeit, unbenotet
03.2 DGP/BFA	Theorie der visuellen 2D Kommunikation, Gestalt- und Wahrnehmungspsychologie	Vorlesung Übung	60:30 Std.	3	Schriftlicher Test, unbenotet

Teilmodul 03.1 DGP/BFA

Einführung Kunst- und Kulturgeschichte, Wissenschaftliches Arbeiten

Qualifikationsziele des Teilmoduls

Die Studierenden gewinnen eine erste Orientierung in der allgemeinen, europäischen Kunstgeschichte. In der Vorlesung erwerben die Studierenden einen orientierenden Überblick über die Epochen der Kunstgeschichte und bauen ein Grundwissen zu kanonischen Künstlern und Werken auf. Sie lernen formale, inhaltliche und funktionale Aspekte der Werke in ihrem Bezug zum historischen und kulturellen Kontext zu differenzieren und zu deuten.

Im Seminar gewinnen die Studierenden einen fundierenden Einblick in die wissenschaftlichen Methoden der Bildbetrachtung. Sie erwerben und erproben ein begriffliches Repertoire zur Beschreibung und Analyse von Kunstwerken und können unterschiedliche Ansätze der Kunstwissenschaft gegeneinander abgrenzen. Des Weiteren erwerben sie Kenntnisse in den grundlegenden Techniken des wissenschaftlichen Arbeitens und der theoretisch argumentativen Erörterung unterschiedlicher Kunstauffassungen.

Inhalte

Allgemeine, europäische Kunstgeschichte von der Antike bis zur Gegenwart;
 Exemplarische Beispiele aus Malerei/Grafik, Bildhauerei/Plastik, Architektur/Design; Fotografie/Film;
 Wandel von Formen, Inhalten und Funktionen von Kunst im historischen und kulturellen Kontext;
 Einführung in kunsthistorische Verfahren zur Analyse von Bildern (Beschreibung/Ekphrasis, Stilgeschichte, Ikonographie, Ikonologie, etc.);
 Exemplarische Werkanalysen, die die Möglichkeiten von Strategien der Kunstbetrachtung im historischen und aktuellen Kontext erkennbar werden lassen;
 Grundlagen des wissenschaftlichen Arbeitens, der Recherche, Präsentation und theoretisch fundierten Diskussion.

Lehrveranstaltungen im Teilmodul	SWS	Arbeitsaufwand	Gruppengröße	Leistung/ Teilleistung
Vorlesung	2	30:00 Std.	2 x max. 80	
Seminar	2	30:30 Std.	4 x max. 40	Referat, Hausarbeit

Die Leistungsnachweise müssen bis zum Ende des 2. Semesters erbracht werden.

Teilmodul 03.2 DGP/BFA
Theorie der visuellen 2D Kommunikation, Gestalt- und Wahrnehmungspsychologie
Qualifikationsziele des Teilmoduls

Die Studierenden sind in der Lage formalästhetische Probleme in den visuellen Medien zu erkennen und zu bewerten. Ausgehend von der menschlichen Wahrnehmung kennen die Studierenden Gesetze der Gestaltung und können sie im Gestaltungsprozess einsetzen. Die Studierenden können die kommunikativen Möglichkeiten des Bildes und der Typographie anwendungsorientiert und zielgruppengerecht einsetzen und exemplarisch grafische Konzepte erstellen.

Inhalte

Das Seminar vermittelt Grundkenntnisse der visuellen Kommunikation. Die Studierenden lernen visuelle Kategorien der Gestaltung zu analysieren und in Beziehung zu theoretischen Modellen Anwendungsbeispiele zu erarbeiten, mit Farbe, Fläche, Form, Komposition, Objekten, Text-Bild-Beziehungen, Typografie. Sie lernen wesentliche Elemente der Zeichentheorie kennen, wie Bedeutung von Zeichen und Zeichenfolgen, sie nutzen im Übungsentwurf Analogien, Bildmetaphern, Zitate in der visuellen Argumentation, sie lernen Form- und Inhaltsdeutung von Bildern und Zeichen kennen.

Lehrveranstaltungen im Teilmodul	SWS	Arbeitsaufwand	Gruppengröße	Leistung/ Teilleistung
Vorlesung	2	30:00 Std.	2 x max. 80	
Übung	2	30:30 Std.	4 x max. 40	Schriftlicher Test

Die Leistungsnachweise müssen bis zum Ende des 2. Semesters erbracht werden.

HBK Essen, Digital Media Design B.A. Semester 2					
Modulbezeichnung Gestaltungsgrundlagen 2 Konstruktives Analytisches Zeichnen 2D und 3D, Perspektiven				04 DP / BFA	
Lehrformen	Voraussetzungen für die Teilnahme	Workload	Verwendbarkeit des Moduls		Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Punkten
Seminar Übung		180 Std.	B.F.A.-Studiengänge Digital Media Design B.A. Produktdesign B.A.		Portfolio
Häufigkeit des Angebots	Dauer des Moduls	Arbeitsaufwand in Stunden	Leistungspunkte und Noten	Gruppengröße	
Einmal jährlich	1 Semester	60 LV-Std. 120 Std. Selbststudium	6	max. 40	
<p>Qualifikationsziele des Moduls</p> <p>Die Studierenden beherrschen die Grundregeln der zeichnerischen Perspektivkonstruktionen und sind in der Lage, architektonischen Raum und geometrische Formen nach diesen Regeln darzustellen; entwickeln ein Grundverständnis für die räumliche Darstellung in der freien Entwurfsskizze und sind kompetent, ihre Vorstellungen adäquat zu visualisieren; besitzen die Kompetenz, spezifische Raumdarstellungen im Hinblick auf ihre Wirkungsweise zu analysieren und zu interpretieren. Die Studierenden können figürliche Darstellungen im Raum zeichnen.</p>					
<p>Inhalte</p> <p>Das Seminar beinhaltet die Vermittlung grundlegender Methoden der analytischen und konstruktiven Zeichnung: zeichnerische Perspektivkonstruktionen (Zentral- oder Frontalperspektive, Über-Eck-Perspektive, Frosch- und Vogelperspektive). perspektivische Darstellung geometrischer Körper und Formen (Quader, Zylinder, Kegel, Pyramide, Kreis, Ellipse, etc.) Proportionsstudien in perspektivischen Konstruktionen. Vorstellen von Bildbeispielen perspektivischer Raumkonstruktionen. Übungen zur Freihandskizze auf der Grundlage des Wissens um perspektivische Darstellung. Übungen zum Zeichnen von Figuren im Raum.</p>					
Lehrveranstaltungen im Modul	SWS	Arbeitsaufwand	Gruppengröße	Leistung/ Teilleistung	
Seminar	2	30:30 Std.	3 x max. 40	Portfolio	
Übung	2	30:90 Std.	3 x max. 40		
Die Leistungsnachweise müssen bis zum Ende des 2. Semesters erbracht werden.					

HBK Essen, Digital Media Design B.A. Semester 2					
Modulbezeichnung Grundlagen Digital Media Design 2 Webdesign 1 - Responsive Webdesign				05 D	
Lehrfor- men	Voraussetzun- gen für die Teil- nahme	Workload	Verwendbarkeit des Mo- duls		Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Punkten
Vorlesung/ Seminar Übung		180 Std.	Digital Media Design B.A.		Entwurfspräsentation und Umsetzung von prototypischen Seiten
Häufigkeit des Ange- bots	Dauer des Mo- duls	Arbeitsaufwand in Stunden	Leistungs- punkte und Noten	Gruppen- größe	
Einmal jährlich	1 Semester	60 LV-Std. 120 Std. Selbststu- dium	6	Vorlesung/ Seminar 40 Übung 20	
<p>Qualifikationsziele des Moduls</p> <p>Die Studierenden können Gestaltungsgrundlagen für Grafikdesign auf das Screen Design übertragen. Sie können aufgrund eigener Entwürfe Internetseiten mit Hilfe von HTML/CSS und Java Script in ästhetisch überzeugender Form gestalten, in einem Team diskutieren und präsentieren, sowie die Entwurfsentscheidung begründen.</p> <p>Die Studierenden können komplexe Inhaltsstrukturen analysieren und modellieren um sie dann in zielgruppenorientierte Angebote für verschiedenen Endgeräte zu übersetzen. Sie können Aspekte der Benutzerfreundlichkeit berücksichtigen.</p> <p>Sie können kommunikationstheoretisch begründete Gestaltungsmerkmale, Gestaltungsrichtlinien, funktionale Alternativen und Entwurfsvarianten bewerten und hierzu Entscheidungen treffen. Die Studierenden können unterschiedliche Navigations- und Orientierungsmechanismen evaluieren und optimieren.</p>					
<p>Inhalte</p> <p>In der Vorlesung erhalten die Studierenden eine Einführung in die Projektplanung für das Webdesign. Stichworte sind:</p> <p>Zielgruppe, Content, Content Strategy, Informationsarchitektur, visuelles Design, konzeptionelles Design, Menüführung, Hard- und Software (Browser, Endgeräte, Media Queries), Trennung Inhalt und Gestaltung, Nutzerfreundlichkeit (Usability), Barrierefreiheit (Accessibility), medientechnische Grundlagen, Entwicklungsgeschichte des Webdesigns, Domain Name System DNS, Webhosting,</p> <p>Grundlagen des Grafik Design und Kommunikationsdesign für Internetanwendungen. Tests mit verschiedenen Endgeräten. Navigationsalternativen für Desktop und mobile Endgeräte mit Touchbedienung.</p> <p>In der Übung folgen Layout- und Designübungen in HTML/CSS und Java Script für ein vorgegebenes Thema. Es werden Entwurfsvarianten entwickelt und getestet. Die Ergebnisse werden in der Präsentation vorgestellt und die Studierenden begründen ihr Vorgehen und die Entscheidungen.</p> <p>Die Studierenden werden an das Lernen mit Online-Tutorien herangeführt.</p>					

Lehrveranstaltungen im Modul	SWS	Arbeitsaufwand	Gruppengröße	Leistung/ Teilleistung
Vorlesung/Seminar	2	30:00 Std.	40	
Übung	2	30:120 Std.	2 x 20	Entwurfpräsentation
Die Leistungsnachweise müssen bis zum Ende des 2. Semesters erbracht werden.				

HBK Essen, Digital Media Design B.A. Semester 2					
Modulbezeichnung Grundlagen Digital Media Design 3 Motion Design 1 – Grundlagen der Bewegtbildgestaltung				06 DP	
Lehrformen	Voraussetzungen für die Teilnahme	Workload	Verwendbarkeit des Moduls		Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Punkten
Vorlesung Übung/ Kurzprojekt	Abschluss des ersten Semesters	180 Std.	Digital Media Design B.A. Produktdesign B.A.		Studienarbeit Präsentation
Häufigkeit des Angebots	Dauer des Moduls	Arbeitsaufwand in Stunden	Leistungs- punkte und Noten	Gruppengröße	
Einmal jährlich	1 Semester	60 LV-Std. 120 Std. Selbststudium	6	Vorlesung max. 80 Übung/ Kurzprojekt 20	
<p>Qualifikationsziele des Moduls</p> <p>Die Studierenden verfügen über grundlegende theoretische und praktische Kenntnisse in Gestaltung von Videos und animierten 2D Grafiken, Illustrationen und Szenerien und können diese in Kleingruppen in kurze thematisch begründete Film- oder Animationssequenzen umsetzen.</p> <p>Sie können Text/Bild/Grafik/Video/Ton in ästhetisch überzeugender Weise in die Gestaltung einbeziehen.</p>					
<p>Inhalte</p> <p>Die Studierenden entwerfen in kleinen Gruppen (2-3 Personen) ein gezeichnetes Konzept für ein Video und/oder ein Motion-Graphics Format und setzen es prototypisch um. Im Vordergrund steht das exemplarische Lernen der Schritte einer Video- und/oder Motion Design-Produktion (Konzeption, Entwurf, Planung, Produktion). Der Schwerpunkt liegt auf der Studio- und Laborpraxis. Geübt werden 2D- Visualisierungsformen ausgehend von Grafikdesign-Elementen, Fotos, Illustrationen und Videos.</p> <p>Stichworte sind:</p> <p>Exposé, Dramaturgie, Konzeption, Produktion, Postproduktion. Bild- und Tonaufnahmen, Adobe Photoshop (Bildbearbeitung), Premiere (Video- und Audioschnitt, Colormatching, Color Grading. Einzelbildsequenzen als Bewegtbild. Bewegtbild und Ton. Aspekte der Medientechnik (Auflösung, Seitenverhältnis, Spuren, Kanäle, Audiopegel, Codecs, Zielplattform, Endgerät, Rendering)</p>					

Die Studierenden üben den Umgang mit einschlägigen Gestaltungswerkzeugen wie Adobe Creative Cloud, mit verschiedenen Videodatenformaten und die Veröffentlichung ihres Projektes z.B. bei YouTube oder Vimeo. Die Studierenden lernen einschlägige Software für Ton/Sound einzubeziehen.

Die Studierenden erhalten eine Einführung in Dramaturgie-Grundlagen, Bilddramaturgie, Erarbeitung eines Exposé und der Produktion.

Schriftlich, verbal und per Zeichnungen werden Ziele für das visuelle Storytelling in Alternativen konkretisiert und diskutiert.

Vermittelt werden die Grundlagen der inhaltlichen Konzeption und der künstlerischen Entwurfsmethode.

Eingeführt wird in Bild- und Tonmontage, auch im filmhistorischen Kontext. Am Beispiel verschiedener Genres können Thema, Handlung, Erzählhaltung, Spannungsaufbau und filmsprachliche Mittel aufgezeigt und nachvollzogen werden.

Die Lehr- und Lernmethoden sind Vorträge, Gruppendiskussionen, Zeichenübungen und Übungen am Computer.

Referenz- Hard- und Software: Videokamera, Mikrophon, Premiere, Media Encoder, ggf. After Effects

Lehrveranstaltungen im Modul	SWS	Arbeitsaufwand	Gruppengröße	Leistung/ Teilleistung
Vorlesung	2	30:30 Std.	80	
Übung/Kurzprojekt	2	30:90 Std.	4 x 20	Studienarbeit/ Präsentation

Die Leistungsnachweise müssen bis zum Ende des 2. Semesters erbracht werden.

HBK Essen, Digital Media Design B.A. Semester 2					
Modulbezeichnung Fachtheorie 1 Geschichte und Theorien des Designs				07 DP	
Lehrformen	Voraussetzungen für die Teilnahme	Workload	Verwendbarkeit des Moduls		Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Punkten
Vorlesung Übung	Abschluss des 1. Semesters	180 Std.	Digital Media Design B.A. Produktdesign B.A.		Referat
Häufigkeit des Angebots	Dauer des Moduls	Arbeitsaufwand in Stunden	Leistungspunkte und Noten	Gruppengröße	
Einmal jährlich	1 Semester	60 LV-Std. 120 Std. Selbststudium	6	40	
<p>Qualifikationsziele des Moduls</p> <p>Die Studierenden kennen Meilensteine der Produkt- und Designgeschichte und können diese in den kulturellen und wirtschaftlichen Kontext der jeweiligen Zeit einordnen. Sie sind mit den historischen Grundlagen von Design vertraut und können Objekte und Produktionsformen der Vergangenheit mit heutigen Verhältnissen vergleichen. Die Studierenden sind in der Lage, historische Einflüsse auf das Design zu beschreiben und diese für ihre eigene Arbeit und ihre Entwürfe zu reflektieren und zu nutzen.</p> <p>Die Studierenden kennen Methoden zur Analyse von Design und dessen Entwicklungskontexten. Sie kennen für das Design relevante Merkmale moderner Industrie- und Konsumgesellschaften und können Bezüge zu beispielhaften Designentwürfen herstellen.</p> <p>Die Studierenden sind vertraut mit grundlegenden Theorien des Designs aus design- und kulturwissenschaftlicher, philosophischer und soziologischer Perspektive. Sie können bestehende Theoriekonzepte beschreiben und kritisch reflektieren und eigene gestalterische Themen vor diesem Hintergrund bewerten.</p> <p>Durch Präsentationen und Texte zu selbstgewählten Designobjekten wird die eigene Haltung als Designer reflektiert und begründet.</p> <p>Die Studierenden wenden die Grundlagen wissenschaftlichen und forschenden Arbeitens auf das Digital Media Design an.</p>					
<p>Inhalte</p> <p>Im Modul werden wichtige Etappen der Designentwicklung vom 19. bis zum 21. Jahrhundert beleuchtet und Designtendenzen und -diskurse im Kontext künstlerischer, ökonomischer und sozialer Entwicklungen untersucht. Es werden Bezüge hergestellt zwischen Designgeschichte und den Verhältnissen der Gegenwart und gestalterische Tendenzen diskutiert, die als Grundlage oder Inspiration für die eigene designerische Arbeit dienen können.</p>					

Des Weiteren geben die Lehrveranstaltungen einen Überblick über die hoch diversifizierten Theorien des Designs mit thematischen Schwerpunkten in den Bereichen Produktdesign, visuelle Kommunikation und digitale Gestaltung.

Die Studierenden analysieren exemplarische Positionen der Designgeschichte und Designtheorie und sind aufgefordert, hierbei Position zu beziehen und Design im Sinne einer nachhaltigen ökologisch-sozialen Entwicklung in die Zukunft zu denken.

Die Studierenden wenden wissenschaftliche Arbeitstechniken auf die Praxis des Produktdesigns an.

Lehrveranstaltungen im Modul	SWS	Arbeitsaufwand	Gruppengröße	Leistung/ Teilleistung
Vorlesung	2	30:30 Std.	2 x 40	
Übung	2	30:90 Std.	2 x 40	Referat
Die Leistungsnachweise müssen bis zum Ende des 2. Semesters erbracht werden.				

HBK Essen, Digital Media Design B.A. Semester 2					
Modulbezeichnung Projekt 1 Webdesign 2 – Content Management Systeme, Projektmanagement				08 D	
Lehrformen	Voraussetzungen für die Teilnahme	Workload	Verwendbarkeit des Moduls		Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Punkten
Vorlesung Übung/ Projekt	Abschluss des 1. Semesters	180 Std.	Digital Media Design B.A.		Studienarbeit Dokumentation Präsentation
Häufigkeit des Angebots	Dauer des Moduls	Arbeitsaufwand in Stunden	Leistungspunkte und Noten	Gruppengröße	
Einmal jährlich	1 Semester	60 LV-Std. 120 Std. Selbststudium	6	Vorlesung 40 Übung/ Projekt 20	
<p>Qualifikationsziele des Moduls</p> <p>Die Studierenden können bestehende CMS anpassen und optimiert einsetzen.</p> <p>Sie berücksichtigen Anforderungen zur Navigation von Informationsstrukturen und sind in der Lage, diese entsprechend zu strukturieren.</p> <p>Die Studierenden können die digitalen Entwürfe in ästhetisch überzeugender Form aufgrund ihrer Kompetenzen im Grafikdesign und im Webdesign erarbeiten und den Weg zur Lösung der Aufgabe unter Gesichtspunkten wie Zielgruppenangemessenheit, Funktionalität, Nutzerfreundlichkeit etc. begründen.</p> <p>Sie beherrschen Methoden und Werkzeuge und erkennen die Relevanz von Frontend, Backend, User Management, Template Design, Extensionen und Modulen. Sie können eine Menüstruktur planen, die nötigen Tests und Evaluationen durchführen und diese Prozesse beschreiben und ihre Entscheidungen begründen.</p> <p>Sie überschauen die Zusammenhänge zwischen Inhalt, Zielgruppe, Marktumfeld und Mehrwert des Angebots und können Redaktionspläne erstellen.</p> <p>Die Studierenden verfügen über Grundfertigkeiten zur Anwendung von Vorgehensweisen des Projektmanagements.</p>					
<p>Inhalte</p> <p>Die seminaristische Einführung in das Projekt wird als einwöchiger Workshop durchgeführt. Die Studierenden arbeiten in kleinen Gruppen (2-3 Studierende) im Rahmen der Aufgabenstellung an eigenen Projektthemen.</p>					

Die Studierenden passen mit HTML, PHP, CSS einen Wordpress-Blog oder eine ähnliche dynamische Internetanwendung mit Content-Managementsystem an, die auf dem PC und mobilen Endgeräten läuft.

Sie nutzen Online-Tutorien.

Die Vorlesung erörtert vertiefend die Hard- und Software für dynamische Internetanwendungen mit Content-Managementsystemen. Hinzu treten Fragen der Nutzerfreundlichkeit und Zielgruppenangemessenheit.

Die Anforderungen des Responsive Design und ihre Berücksichtigung werden erörtert.

Die Installation und Verwendung von virtuellem Server und Datenbank im Gestaltungs- und Entwicklungsprozess wird eingeübt. Eine Einführung in die Programmierung mit PHP zeigt die Unterscheidung und Relevanz von Frontend und Backend auf.

In der Übung wird die nutzerfreundliche Gestaltung, das Entwickeln von Informationsstrukturen und die Navigation erarbeitet. Mehrwert für Nutzer und Redaktionspläne werden thematisiert.

Stichworte:

Nutzung und Anpassung gängiger CMS z. B. WordPress, Umgang mit Templates, Grundverständnis von Webservern und Datenbanken, Verständnis von Frontend, Backend, Modulen, Plug-Ins, Extensions. Planung von komplexen Websites unter einsatznahen Bedingungen.

HTML, CSS, PHP, XAMPP o. ä.

Die Vorlesung vermittelt weiterhin Kenntnisse im Projektmanagement anhand einer modernen Software wie Asana.

Es werden aufgrund der erworbenen Kompetenzen im Grafikdesign Entwurfsvarianten entwickelt und getestet. Die Ergebnisse werden in der Präsentation vorgestellt und die Studierenden begründen ihr Vorgehen und die Entwurfsentscheidungen.

Lehrveranstaltungen im Modul	SWS	Arbeitsaufwand	Gruppengröße	Leistung/ Teilleistung
Vorlesung	2	30:30 Std.	40	
Übung/Projekt	2	30:90 Std.	2 x 20	Studienarbeit Dokumentation Präsentation

Die Leistungsnachweise müssen bis zum Ende des 3. Semesters erbracht werden.

HBK Essen, Digital Media Design B.A. Semester 3					
Modulbezeichnung Grundlagen Digital Media Design 4 Wahlpflicht - Sounddesign				09.1 WP DGP / BFA	
Lehrformen	Voraussetzungen für die Teilnahme	Workload	Verwendbarkeit des Moduls		Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Punkten
Vorlesung Übung	Abschluss des 2. Semesters	180 Std.	B.F.A.-Studiengänge Digital Media Design B.A. Game Art and Design B.A. Produktdesign B.A.		Studienarbeit Präsentation
Häufigkeit des Angebots	Dauer des Moduls	Arbeitsaufwand in Stunden	Leistungspunkte und Noten	Gruppengröße	
Einmal jährlich	1 Semester	60 LV-Std. 120 Std. Selbststudium	6	Vorlesung max. 80 Übung 20	
<p>Qualifikationsziele des Moduls</p> <p>Die Studierenden können ihren Überblick zu auditiver Wahrnehmung und physikalischer oder semantischer Beschreibung von Klang in Produktionen anwenden. Dabei nutzen sie grundlegende Kenntnisse der Tonstudioteknik sowie der Klangerzeugung mit akustischen und elektronischen Instrumenten und Grundwissen im Audiodesign. Das musikalische Hören ist trainiert und sensibilisiert sie zu technischem und gestalterischem Hören.</p> <p>Die Studierenden können mit digitalen Audio Workstations (DAW), Mikrofonteknik, Mischpulten, Samplern, Synthesizern und Effektgeräten umgehen.</p> <p>Die Studierenden können ihren eigenen Gestaltungswillen dokumentieren und in ein Gestaltungskonzept übertragen. Sie realisieren kleine Studioproduktionen.</p>					
<p>Inhalte</p> <p>Vermittelt werden theoretische Elemente der auditiven Wahrnehmung: Gehörbildung, Verarbeitung im Gehirn, musikalisches Hören, Frequenzabhängigkeit der Lautstärke, Verdeckung, Konsonanz und Dissonanz, Klangfarbe, Richtungshören, Wahrnehmung des Raumes, sowie Aspekte der physikalischen Eigenschaften von Klang: Darstellung in Zeit und Frequenz, Verhältnis der Teiltöne, zeitlicher Verlauf/Hüllkurven.</p> <p>Die Akustik als Kommunikation wird thematisiert, z.B. Kommunikationskette, Klang als Medium zur Informationsübertragung, Symbolgehalt von Klängen.</p> <p>Grundlagen der akustischen und elektronischen Klangerzeugung werden vermittelt: menschliche Stimme, Saiten-, Fell-, Luftsäulenschwinger, Klangsynthese: Wavetable, AM, FM.</p> <p>Hinzu kommt Audiotechnik: Stereofonieverfahren, Surround- und Spatial Sound, Mischpulttechnik, Sampler und Synthesizer, Sequenzer.</p> <p>Geübt wird die Gestaltung von Tonaufnahmen in verschiedenen Aufnahmesituationen.</p> <p>Referenzsoftware: Adobe Audition</p>					

Lehrveranstaltungen im Modul	SWS	Arbeitsaufwand	Gruppengröße	Leistung/ Teilleistung
Vorlesung	2	30:30 Std.	80	
Übung	2	30:90 Std.	4 x 20	Studienarbeit Präsentation

Die Leistungsnachweise müssen bis zum Ende des 3. Semesters erbracht werden.

HBK Essen, Digital Media Design B.A. Semester 3					
Modulbezeichnung Grundlagen Digital Media Design 4 Wahlpflicht – Storytelling/Motion Graphics				09.2 WP DGP / BFA	
Lehrformen	Voraussetzungen für die Teilnahme	Workload	Verwendbarkeit des Moduls		Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Punkten
Vorlesung Übung/ Kurzprojekt	Abschluss des 2. Semesters	180 Std.	B.F.A. Studiengänge Digital Media Design B.A. Game Art and Design B.A. Produktdesign B.A.		Entwurf Präsentation
Häufigkeit des Angebots	Dauer des Moduls	Arbeitsaufwand in Stunden	Leistungspunkte und Noten	Gruppengröße	
Einmal jährlich	1 Semester	60 LV-Std. 120 Std. Selbststudium	6	Vorlesung max. 80 Übung/ Kurzprojekt 20	
<p>Qualifikationsziele des Moduls</p> <p>Die Studierenden können Motion Graphics für den Einsatz in Filmproduktionen und im Corporate Design in ästhetisch und technisch überzeugender Weise gestalten und produzieren. Sie nutzen dabei die Lernergebnisse der Theorieveranstaltung und eigene Ideen.</p> <p>Die Studierenden kennen unterschiedliche Bildsprachen und Gestaltungsregeln in den Anwendungsbereichen Kino, Broadcast und Webvideo. Sie können sowohl animierte Logos als auch Opener, Closer, Trenner, Bauchbinden umsetzen. Sie können Gestaltungsentscheidungen begründen. Sie kennen die Anforderungen in verschiedenen Kontexten der Bewegtbildproduktion und können Motion Graphics angemessen entwickeln und umsetzen. Sie können die branchenübliche Fachsprache anwenden und Verfahren digitaler Bildgestaltung nutzen.</p>					
<p>Inhalte</p> <p>Die Studierenden entwerfen in Vertiefung der Lehrveranstaltung im 2. Semester in kleinen Gruppen (2-3 Studierende) das Konzept für ein kleines Animationsprojekt oder Video. Genutzt wird hierzu neben Kameras und Trickstudio einschlägige Software aus der Adobe Creative Cloud.</p> <p>Im Vordergrund steht das vertiefte Einüben einer Motion Graphics-Produktion (Konzeption, Entwurf, Planung, Production Pipeline). Der Schwerpunkt liegt auf der Studio- und Laborpraxis. Einbezogen werden Visualisierungs- und Dokumentationsformen wie Drehbuch, Storyboard-</p> <p>Die Studierenden nutzen ihre Kenntnisse in Filmdramaturgie, Bilddramaturgie, Erarbeitung eines Exposés.</p> <p>Schriftlich, verbal und per Zeichnungen werden Ziele für das visuelle Storytelling in Alternativen konkretisiert und diskutiert.</p> <p>Theorievorlesung Weiterführung und Auffrischung: Motion Graphics, Visuelle Effekte, Compositing</p>					

Referenz-Software: After Effects, Premiere, Photoshop				
Lehrveranstaltungen im Modul	SWS	Arbeitsaufwand	Gruppengröße	Leistung/ Teilleistung
Vorlesung	2	30:30 Std.	80	
Übung/Projekt	2	30:90 Std.	4 x 20	Entwurf Präsentation
Die Leistungsnachweise müssen bis zum Ende des 3. Semesters erbracht werden.				

HBK Essen, Digital Media Design B.A. Semester 3					
Modulbezeichnung Grundlagen Digital Media Design 4 Wahlpflicht - Corporate Design				09.3 WP D / BFA	
Lehrformen	Voraussetzungen für die Teilnahme	Workload	Verwendbarkeit des Moduls		Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Punkten
Vorlesung Übung	Abschluss des 2. Semesters Kenntnisse der Gestaltungssoftware	180 Std.	B.F.A.-Studiengänge Digital Media Design B.A.		Entwurf Präsentation
Häufigkeit des Angebots	Dauer des Moduls	Arbeitsaufwand in Stunden	Leistungspunkte und Noten	Gruppengröße	
Einmal jährlich	1 Semester	60 LV-Std. 120 Std. Selbststudium	6	Vorlesung max. 80 Übung 20	
<p>Qualifikationsziele des Moduls</p> <p>Die Studierenden können einen grafischen Entwurf unter mediengerechtem Einsatz von digitalem Bildmaterial gestalten und präsentieren.</p> <p>Sie verfügen hierzu über die Befähigung, mit Gestaltungssoftware Layouts zu erstellen, die eine angemessene Beherrschung der Typografie und der Flächengestaltung zeigen. Sie können Gestaltungsalternativen präsentieren und die getroffenen Entscheidungen in der Präsentation begründen.</p> <p>Die Studierenden können ein Corporate Design Programm entwerfen, präsentieren und die Gestaltungslösungen begründen. Sie können Entwurfspräsentationen und Entwurfsdokumentationen erstellen.</p>					
<p>Inhalte</p> <p>Theoretische und praktische Grundlagen von Form und Schrift und deren Beziehungen zueinander werden erläutert. Hinzu kommen eine Einführung in die Schriftgeschichte, die Schriftklassifizierung, die Methoden der Schriftgestaltung und der Text-Bild Kombinationen, sowie die ästhetischen und semantischen Implikationen der Text-Bild Gestaltungen.</p> <p>Dies können Drucksachen oder auch Bildschirmdarstellungen sein. Die Entwürfe werden dokumentiert und präsentiert. Die Studierenden lernen den Umgang mit Entwurfssoftware wie InDesign, Illustrator und</p>					

Photoshop und mit Präsentationssoftware wie pdf und PowerPoint, oder vertiefen vorhandene Kenntnisse.

Die Studierenden erstellen verschiedene zweidimensionale Entwürfe aufgrund einer thematischen Vorgabe.

Ansetzend an Gestaltungsgrundsätzen in der Text-Bild Kommunikation werden wesentliche Designprinzipien und Vorgehensweisen bei unternehmensbezogenen Designprogrammen thematisiert. Die Studierenden lernen Layout-Techniken im Umgang mit Schrift, Farbe, Fläche, Fotos etc.

Corporate Design wird zunächst flächenbezogen vermittelt (Visuelle Erscheinungsbilder für Druckverfahren, Bildschirm) und dann in seinen Wechselwirkungen mit anderen unternehmensbezogenen Designaktivitäten untersucht. Neben Aspekten der Prägnanz, Zielgruppenangemessenheit, Wiedererkennbarkeit, Nachhaltigkeit, stilistischer Angemessenheit etc. eignen sich die Studenten Kenntnisse zu den Kontexten an. Hierzu zählen u.a. exemplarische Fragen der Produktpolitik des betreffenden Unternehmens, von Marketing und Werbung, des Services.

Die Beziehungen zwischen Corporate Design und Corporate Identity werden thematisiert.

Die Studenten entwerfen eine einfache Corporate Design-Linie für Produkte oder Dienstleistungen, die in Zusammenhang mit Digital Media Design stehen.

Referenzsoftware: Adobe Illustrator, InDesign

Lehrveranstaltungen im Modul	SWS	Arbeitsaufwand	Gruppengröße	Leistung/ Teilleistung
Vorlesung	2	30:30 Std.	max. 80	
Übung	2	30:90 Std.	2 x 20	Entwurf Präsentation

Die Leistungsnachweise müssen bis zum Ende des 4. Semesters erbracht werden.

HBK Essen, Digital Media Design B.A. Semester 3/Semester 4					
Modulbezeichnung Fachtheorie 2				10.1 D 10.2 DGP 10.3 DP	
Lehrformen Vorlesung Seminar	Voraussetzungen für die Teilnahme Abschluss des 2. Semesters	Workload 270	Verwendbarkeit des Moduls 10.1 Digital Media Design B.A. 10.2 Digital Media Design B.A. Game Art and Design B.A. Produktdesign B.A. 10.3 Digital Media Design B.A. Produktdesign B.A.	Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Punkten Aktive Beteiligung Schriftlicher Test	
Häufigkeit des Angebots Einmal jährlich	Dauer des Moduls 1 Semester	Arbeitsaufwand in Stunden 90 LV-Std. 180 Std. Selbststudium	Leistungspunkte und Noten 9 (3 in Sem. 3, 6 in Sem. 4)	Gruppengröße Vorlesung max. 80 Seminar max. 40	Das Modul geht über zwei Semester.
<p>Qualifikationsziele des Moduls</p> <p>Die Studierenden kennen die Grundlagen von Werbung und Marktkommunikation. Sie sind kompetent, aktuelle Entwicklungen im Hinblick auf Geschichte, Theorie, Strategie und Gestaltungsmittel einzuordnen und zu beschreiben.</p> <p>Die Studierenden sind in der Lage, Konzepte für Werbung und Marktkommunikation zu erstellen und zu präsentieren. Die Studierenden können forschungsbasierte Entscheidungsstrategien im Designprozess, z.B. für Entwurfvarianten und Produktkonzepte anwenden und erläutern.</p> <p>Die Studierenden kennen die Anforderungen an ein prozessorientiertes Qualitätsmanagement und beherrschen das Management eines Hochschulprojektes unter Nutzung einschlägiger Software. Sie kennen Arbeitszusammenhänge in Kommunikations- und Werbeagenturen.</p>					
Teilmodule					
Kenn-Nr.	Titel	Zugehörige Lehrveranstaltungen	Arbeitsaufwand	Leistungspunkte	Prüfung/ Leistung
10.1 D	Medien und Märkte	Vorlesung Seminar	30:60 Std.	3	Aktive Beteiligung

10.2 DGP	Forschungsbasierte Design- entwicklung – Empirische Me- thoden	Vorlesung Seminar	30:60 Std.	3	Aktive Beteiligung
10.3 DP	Projektmanagement, Quali- tätsmanagement	Vorlesung Übung	30:60 Std.	3	Schriftlicher Test

**Teilmodul 10.1 D
Medien und Märkte**
Qualifikationsziele des Teilmoduls

Die Studierenden kennen die Grundlagen von Werbung und Marktkommunikation. Sie sind kompetent aktuelle Entwicklungen im Hinblick auf Geschichte, Theorie, Strategie und Gestaltungsmittel einordnen und beschreiben. Sie kennen Arbeitszusammenhänge in Kommunikations- und Werbeagenturen. Die Studierenden sind in der Lage, Kommunikationskonzepte zu erstellen und zu präsentieren.

Inhalte

Zugrunde gelegt werden Beispiele herausragender Werbe- und Marketingkampagnen, die von den Studierenden modifiziert werden.

Die Vorlesung ordnet grundlegende Theorien zur Werbe- und Marketingpsychologie in Strategien und Gestaltungsmittel in der Medienkommunikation ein. Gesellschaftliche und wirtschaftliche Strukturen werden im historischen Vergleich gezeigt. Aktuelle Entwicklungen und Arbeitsweisen in Kommunikations- und Werbeagenturen sind an Fallbeispielen nachzuvollziehen. Briefing, Rebriefing und Pitch werden als Aspekte der Auftragsvergabe und -abwicklung in Abstimmung mit Kunden dargestellt.

Lehrveranstaltungen im Teilmodul	SWS	Arbeitsaufwand	Gruppengröße	Leistung/ Teilleistung
Vorlesung	1	15:15 Std.	40	
Seminar	1	15:45 Std.	max. 40	Aktive Beteiligung

Die Leistungsnachweise müssen bis zum Ende des 3. Semesters erbracht werden.

Teilmodul 10.2 DGP

Forschungsbasierte Designentwicklung – Empirische Methoden

Qualifikationsziele des Teilmoduls

Die Studierenden haben ein Verständnis für forschungsbasierte Entscheidungsstrategien im Designprozess, z.B. für Entwurfsvarianten und Produktkonzepte und können das am Beispiel erläutern.

Inhalte

Fachspezifische Methoden des forschungsbasierten Entwurfs

forschungsbasierte Entscheidungsstrategien für Entwurfsvarianten und Produktkonzepte

Wettbewerbsanalysen

Visuelle und ästhetische Differenzierungsstrategien

Marktforschung und Marketingmanagement, Nutzertests

Web Analytics

Ressourcenschonung und nachhaltige Produktionskonzepte

Relevanz und Berücksichtigung der Globalisierung (Wertschöpfungsketten, Besonderheiten regionaler Märkte...)

Umsetzung von Untersuchungsergebnissen in den Designprozess

Einführung in empirische Methoden (Befragung, Beobachtung, Test, Experiment, Textanalyse)

Lehrveranstaltungen im Teilmodul	SWS	Arbeitsaufwand	Gruppengröße	Leistung/ Teilleistung
Vorlesung	1	15:15 Std.	2 x 60	
Seminar	1	15:45 Std.	3 x 40	Aktive Beteiligung

Die Leistungsnachweise müssen bis zum Ende des 4. Semesters erbracht werden.

Teilmodul 10.3 DP
Projektmanagement, Qualitätsmanagement

Qualifikationsziele des Teilmoduls

Die Studierenden können ein Hochschulprojekt organisieren, steuern und erfolgreich zum Ziel bringen. Sie nutzen hierbei Teamarbeit mit verteilten Aufgaben. Sie sind befähigt, realitätsnah mit Zeit-, Personal- und Finanzressourcen zu planen. Sie nutzen hierbei einschlägige Software. Sie kennen die Anforderungen an ein prozessorientiertes Qualitätsmanagement.

Inhalte

Die Studierenden üben ein Designprojekt in einem heterogen zusammengesetzten Team zu erarbeiten und vorzustellen. Für das Projektmanagement werden diverse Tools und Methoden vorgestellt und ihr Gebrauch geübt. Hierzu zählen MS Project, SCRUM, TRELLO, ASANA.

Vermittelt werden internationale Standards zum Qualitätsmanagement von auf Mitarbeiter und Projekte bezogenen Prozessen (DIN ISO, ITIL etc.).

Lehrveranstaltungen im Teilmodul	SWS	Arbeitsaufwand	Gruppengröße	Leistung/ Teilleistung
Vorlesung	1	15:15 Std.	max. 80	
Übung	1	15:45 Std.	2 x 40	Schriftlicher Test

Die Leistungsnachweise müssen bis zum Ende des 4. Semesters erbracht werden.

HBK Essen, Digital Media Design B.A. Semester 3					
Modulbezeichnung Projekt 2 Motion Design 2				11 D	
Lehrfor- men Seminar Projekt/ Gruppen- korrektur	Voraussetzun- gen für die Teil- nahme Abschluss des 2. Semesters	Workload 360 Std.	Verwendbarkeit des Moduls Digital Media Design B.A.		Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Punkten Entwurf Präsentation
Häufigkeit des Ange- bots Einmal jährlich	Dauer des Mo- duls 1 Semester	Arbeitsaufwand in Stunden 150 LV-Std. 210 Std. Selbst- studium	Leistungs- punkte und Noten 12	Gruppen- größe Seminar 40 Projekt/ Gruppenkor- rektur 20	
<p>Qualifikationsziele des Moduls</p> <p>Die Studierenden können eigene Bewegtbildprojekte mediengerecht und zielgruppenorientiert für ein Marktumfeld konzipieren und umsetzen. Sie haben vertiefte Kenntnisse in der Kameraführung, in der Bildgestaltung, im Lichtsetzen, in der Bild- und Tonmontage und in der Anwendung von Effekten in der Postproduktion. Die spezifischen Anforderungen für Anwendungsbereiche, Wahrnehmungsumgebungen und Publikationsplattformen sind ihnen bekannt.</p> <p>Sie können Motion Graphics entwickeln und einbinden, Visual und Audio Effects gezielt einsetzen und Verfahren aus Compositing und Animation anwenden.</p> <p>Sie können das Thema und den Plot für eine Bewegtbildproduktion in einem definierten Kontext entwickeln. Sie sind in der Lage vergleichbare Angebote zu recherchieren und einzuordnen, um sich von vorhandenen Angeboten abzugrenzen.</p>					
<p>Inhalte</p> <p>Die seminaristische Einführung in das Projekt wird als einwöchiger Workshop durchgeführt. Die Studierenden arbeiten in kleinen Gruppen (2-3 Studierende) im Rahmen der Aufgabenstellung an eigenen Projektthemen.</p> <p>Sie entwickeln das Thema von einer ersten Recherche bis zum Exposé bzw. Drehbuch. Sie erstellen ein Storyboard und definieren die filmischen Mittel in Bild- und Tongestaltung für die Umsetzung des Projekts. Sie sichten und organisieren das Material im Hinblick auf die gezielte Umsetzung des Projekts und setzen Möglichkeiten aus der Postproduktion ein, um das Projekt angemessen abzuschließen.</p>					

Lehrveranstaltungen im Modul	SWS	Arbeitsaufwand	Gruppengröße	Leistung/ Teilleistung
Seminar	4	60:60 Std.	40	
Projekt	2	30:150 Std.	2 x 20	Entwurf
Gruppenkorrektur	2	30:30 Std.	2 x 20	Präsentation
Die Leistungsnachweise müssen bis zum Ende des 3. Semesters erbracht werden.				

HBK Essen, Game Design B.A. Semester 3					
Modulbezeichnung Projekt 3 Webdesign 3 – App-Design				12 D	
Lehrformen	Voraussetzungen für die Teilnahme	Workload	Verwendbarkeit des Moduls		Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Punkten
Seminar Projekt	Abschluss des 2. Semesters	270 Std.	Digital Media Design B.A.		Entwürfe Prototypen Präsentation
Häufigkeit des Angebots	Dauer des Moduls	Arbeitsaufwand in Stunden	Leistungspunkte und Noten	Gruppengröße	
Einmal jährlich	1 Semester	90 LV-Std. 180 Std. Selbststudium	9	20	
<p>Qualifikationsziele des Moduls</p> <p>Studierenden können ihre Designkonzepte für Applikationen auf der Apple iOS und/oder der Android Plattform mit Hilfe eines Prototyping-Werkzeugs in ästhetisch überzeugender Form gestalten, in einem Team diskutieren und präsentieren, sowie die Entwurfsentscheidung begründen.</p> <p>Die Studierenden kennen die Anforderungen an moderne grafische Apple iOS und/oder Android-Anwendungen. Sie kennen verschiedene Interaktionskonzepte und Möglichkeiten zur Nutzung von Kamera, Foto, Video, Grafik und Bewegungssensoren.</p>					
<p>Inhalte</p> <p>Die seminaristische Einführung in das Projekt wird als einwöchiger Workshop durchgeführt. Die Studierenden arbeiten in kleinen Gruppen (2-3 Studierende) im Rahmen der Aufgabenstellung an eigenen Projektthemen.</p> <p>Der Umgang mit Autorensystemen in einer Apple-Umgebung wird an einem Beispiel geübt. Die Studierenden üben die Programmierung in einer Apple-Umgebung mithilfe von Swift, JavaScript oder HTML und erwerben vertiefte Kenntnisse hierbei.</p> <p>Stichworte: Design-Patterns für mobile iOS Endgeräte, Mock Ups, interaktive Prototypen, Nutzertests, Evaluation. Überprüfung techn. Realisierbarkeit. Kenntnis der Apple Store Guidelines und der Gestaltungsvorgaben für den AppStore. Monetarisierung, Kommunikation mit Kunden und Entwicklern.</p> <p>Behandelt werden u.a. ebenfalls: Aufbau einer Android App, Nutzung von Betriebssystem-Diensten, Finger- und Gestensteuerung, Kamera Nutzung, Lokale Manipulation von Bildern, Sensor Benutzung</p>					

Die Studierenden lernen, Ideen für eine App oder das Verhalten von Animationen und Interaktionen zu gestalten und zu testen.

Das Modul vermittelt vertieftes Knowhow für das App-Design mit einem Prototyping-Tool. Die Studierenden lernen, das Design einer Idee schon früh verständlich zu machen, Nutzertests durchzuführen, Kunden zu überzeugen und den Entwicklern die Anforderungen zu erklären.

Der Kurs nutzt die Funktionen eines Prototyping-Tools wie Balsamiq und übt den Import von bestehenden Designs aus Photoshop oder Sketch.

Die Studierenden erhalten eine Einführung in die Keyframe-Animation mit Adobe After-Effects. Konzepte und Entwürfe werden im Team und mit Programmierern besprochen und ausgetauscht.

Referenzsoftware: Balsamiq, Photoshop, After Effects, Swift, Xcode, Objective C (oder C/C++), HTML, CSS, Java Script

Lehrveranstaltungen im Modul	SWS	Arbeitsaufwand	Gruppengröße	Leistung/ Teilleistung
Seminar	2	30:30 Std.	2 x 20	
Projekt	4	60:150 Std.	2 x 20	Entwurf Präsentation

Die Leistungsnachweise müssen bis zum Ende des 3. Semesters erbracht werden.

HBK Essen, Digital Media Design B.A. Semester 4					
Modulbezeichnung Theorie und Geschichte 2 Einführung Kunsttheorie				13 DGP / BFA	
Lehrformen	Voraussetzungen für die Teilnahme	Workload	Verwendbarkeit des Moduls		Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Punkten
Vorlesung Seminar	Abschluss des 3. Semesters	90 Std.	B.F.A.-Studiengänge Digital Media Design B.A. Game Art and Design B.A. Produktdesign B.A.		Referat, Hausarbeit, unbenotet
Häufigkeit des Angebots	Dauer des Moduls	Arbeitsaufwand in Stunden	Leistungspunkte und Noten	Gruppengröße	
Einmal jährlich	1 Semester	30 LV-Std. 60 Std. Selbststudium	3*	Vorlesung max. 80 Seminar max. 40	
<p>Qualifikationsziele des Moduls</p> <p>Die Studierenden erwerben grundlegende Kenntnisse der philosophisch-theoretischen Reflexion von Kunst und lernen ausgewählte Theorieansätze mit eigenen künstlerischen Vorstellungen zu verknüpfen. Die Studierenden gewinnen einen orientierenden Überblick über zentrale geistes- und ideengeschichtliche Positionen der Kunstphilosophie und Ästhetik von der Antike bis zur Gegenwart. Sie haben exemplarische Texte und Autoren kennengelernt und die kritische Handhabung dieses Theoriekorpus eingeübt. Des Weiteren gewinnen die Studierenden einen Einblick in Kunst- und Bildtheorien der jüngeren Geschichte. Sie sind insbesondere orientiert über prägende kunsttheoretische Konzepte nach 1800 und können unterschiedliche Auffassungen zu Ursprung, Form und Funktion von Kunst kritisch differenzieren. Sie haben darüber hinaus erste Ansätze kennengelernt, kunsttheoretische Fragestellungen im Rahmen allgemeiner Bildtheorien zu reflektieren und ein vertieftes Bewusstsein der Beziehungen von Kunst, Bild und Medium erworben.</p>					
<p>Inhalte</p> <p>Zentrale Positionen der Kunstphilosophie und Ästhetik; Kunstkonzepte nach 1800 (L'art pour l'art, Abstraktion, Realismus, etc.); Zentrale (anthropologische, wahrnehmungs- und medientheoretische) Bildtheorien des 20. Jahrhunderts; Erörterung von Theoriebezügen und künstlerischen Konzepten an beispielhaften Werken der Kunstgeschichte; Erörterung eigener künstlerischer Vorstellungen der Studierenden vor dem Hintergrund exemplarischer theoretischer Positionen.</p>					
Lehrveranstaltungen im Modul	SWS	Arbeitsaufwand	Gruppengröße	Leistung/ Teilleistung	
Vorlesung	1	15:15 Std.	2 x 80		

Seminar	1	15:45 Std.	4 x max. 40	Referat, Hausarbeit
Die Leistungsnachweise müssen bis zum Ende des 4. Semesters erbracht werden.				

* Aufgrund des Zeitumfangs haben die Module 13 und 14 weniger als 5 ECTS-Punkte. Grund ist, dass für jedes Semester ein angemessener Theorieanteil vorgesehen ist, zugleich aber mit Modul 14 ein Spezialmodul vorliegt mit externen Dozenten und einem in sich geschlossenen Themengebiet.

HBK Essen, Digital Media Design B.A. Semester 4					
Modulbezeichnung Berufswirtschaft, Recht				14 DGP / BFA	
Lehrformen	Voraussetzungen für die Teilnahme	Workload	Verwendbarkeit des Moduls		Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Punkten
Vorlesung Übung	Abschluss des 3. Sem.	90 Std.	B.F.A.-Studiengänge Digital Media Design B.A. Game Art and Design B.A. Produktdesign B.A.		Schriftlicher Test
Häufigkeit des Angebots	Dauer des Moduls	Arbeitsaufwand in Stunden	Leistungspunkte und Noten	Gruppengröße	
Einmal jährlich	1 Semester	30 LV-Std. 60 Std. Selbststudium	3* (*siehe 13)	Vorlesung max. 80 Übung max. 40	
Qualifikationsziele des Moduls					
Die Studierenden verfügen über die juristischen und ökonomischen Kenntnisse zur Etablierung als selbständiger oder angestellter Designer und können sie in der Praxis nutzen.					
Inhalte					
Die Lehrveranstaltung hat zwei Themenschwerpunkte. Perspektive selbständig: Einführung in Projektkalkulation, Budgetierung, Angebotskalkulation, Abwicklung, Rechnung, Künstlersozialkasse, Haftung, Steuerrecht Perspektive angestellt: Einführung in betriebliche Organisationsfragen, Bewerbungen/Assessment, Urheber- und Verwertungsrechte, Verträge Elemente der werblichen Positionierung und Selbstvermarktung des Designbüros.					
Lehrveranstaltungen im Modul	SWS	Arbeitsaufwand	Gruppengröße	Leistung/ Teilleistung	
Vorlesung	1	15:15 Std.	2 x max. 80		
Übung	1	15:45 Std.	4 x max. 40	Schriftlicher Test	
Die Leistungsnachweise müssen bis zum Ende des 4. Semesters erbracht werden.					

HBK Essen, Digital Media Design B.A. Semester 4					
Modulbezeichnung Projekt 4 Corporate Media				15 D	
Lehrformen	Voraussetzungen für die Teilnahme	Workload	Verwendbarkeit des Moduls		Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Punkten
Seminar Projekt	Abschluss des 3. Sem.	270 Std.	Digital Media Design B.A.		Projektarbeit Präsentation
Häufigkeit des Angebots	Dauer des Moduls	Arbeitsaufwand in Stunden	Leistungspunkte und Noten	Gruppengröße	
Einmal jährlich	1 Semester	90 LV-Std. 180 Std. Selbststudium	9	Seminar max. 40 Projekt 20	
<p>Qualifikationsziele des Moduls</p> <p>Die Studierenden können den Einsatz von Corporate Media in der Unternehmenskommunikation analysieren und konzipieren. Sie verstehen Corporate Media verstehen als Instrument, das Image eines Unternehmens intermedial und strategisch zu kommunizieren. Sie besitzen die technische und gestalterische Kompetenz, Vorgaben für die Unternehmenskommunikation in Print, TV, Web 2.0 und Social Media Plattformen zu entwickeln.</p>					
<p>Inhalte</p> <p>Die seminaristische Einführung in das Projekt wird als einwöchiger Workshop durchgeführt. Die Studierenden arbeiten in kleinen Gruppen (2-3 Studierende) im Rahmen der Aufgabenstellung an eigenen Projektthemen.</p> <p>An einem Fallbeispiel entwickeln die Studierenden präsentationsfähige Vorgaben für den Einsatz von Corporate Media.</p> <p>Ansetzend an Gestaltungsgrundsätzen in der Text-Bild Kommunikation werden wesentliche Designprinzipien und Vorgehensweisen bei unternehmensbezogenen Designprogrammen thematisiert. Die Studierenden üben Layout-Techniken im Umgang mit Schrift, Farbe, Fläche, Fotos etc.</p> <p>Corporate Design wird zunächst flächenbezogen vermittelt (Visuelle Erscheinungsbilder für Bildschirm) und dann in seinen Wechselwirkungen mit anderen unternehmensbezogenen Designaktivitäten untersucht. Neben Aspekten der Prägnanz, Zielgruppenangemessenheit, Wiedererkennbarkeit, Nachhaltigkeit, stilistischer Angemessenheit etc. eignen sich die Studenten Kenntnisse zu den Kontexten an. Hierzu</p>					

zählen u.a. exemplarische Fragen der Produktpolitik des betreffenden Unternehmens, von Marketing und Werbung, des Services.

Die Beziehungen zwischen Corporate Design und Corporate Identity werden thematisiert.

Die Studierenden berücksichtigen die technischen und gestalterischen Voraussetzungen von Einzelmedien und entwickeln unter Berücksichtigung der Corporate Identity ein Corporate Design, das in verschiedenen Medien ein einheitliches Erscheinungsbild für ein Unternehmen oder Produkt vertritt.

Theoretische und praktische Grundlagen von Form und Schrift und deren Beziehungen zueinander werden erläutert. Hinzu kommen eine Einführung in die Schriftgeschichte, die Schriftklassifizierung, die Methoden der Schriftgestaltung und der Text-Bild Kombinationen, sowie die ästhetischen und semantischen Implikationen der Text-Bild Gestaltungen.

Die Entwürfe werden dokumentiert und präsentiert. Die Studierenden nutzen Entwurfssoftware wie InDesign, Illustrator und Photoshop und Präsentationssoftware wie pdf und PowerPoint.

Die Studierenden erstellen Corporate Design Guidelines, Templates und Druckvorlagen. Dabei berücksichtigen sie medientechnische Vorgaben und wählen geeignete Dateiformate.

Referenzsoftware: Illustrator, InDesign, After Effects, Word, Acrobat Pro, Power Point, Wordpress Blog

Lehrveranstaltungen im Modul	SWS	Arbeitsaufwand	Gruppengröße	Leistung/ Teilleistung
Seminar	4	30:30 Std.	40	
Projekt	4	60:150 Std.	2 x 20	Projektarbeit Präsentation

Die Leistungsnachweise müssen bis zum Ende des 4. Semesters erbracht werden.

HBK Essen, Digital Media Design B.A. Semester 4					
Modulbezeichnung Projekt 5 Webdesign 4 – Vertiefung App Design				16 D	
Lehrformen	Voraussetzungen für die Teilnahme	Workload	Verwendbarkeit des Moduls		Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Punkten
Seminar Übung/ Projekt	Abschluss des 3. Semesters	270 Std.	Digital Media Design B.A.		Projektarbeit Präsentation
Häufigkeit des Angebots	Dauer des Moduls	Arbeitsaufwand in Stunden	Leistungspunkte und Noten	Gruppengröße	
Einmal jährlich	1 Semester	120 LV-Std. 150 Std. Selbststudium	9	Vorlesung max. 40 Übung/Projekt 20	
<p>Qualifikationsziele des Moduls</p> <p>Die Studierenden können Apps für Android oder iOS prototypisch entwickeln, zum Laufen bringen und ihre Vorgehensweise begründen.</p>					
<p>Inhalte</p> <p>Die seminaristische Einführung in das Projekt wird als einwöchiger Workshop durchgeführt. Die Studierenden arbeiten in kleinen Gruppen (2-3 Studierende) im Rahmen der Aufgabenstellung an eigenen Projektthemen.</p> <p>Die Studierenden üben vertieft die Entwicklung von Android und/oder iOS Apps. Sie erhalten die Möglichkeit, neue Funktionen umsetzen und konsistente, Android und iPhone/iPad mit Mehrwert für Nutzer und Anbieter prototypisch zu entwickeln.</p> <p>Themen der Vorlesung sind u.a. wie man Apps auf dem neuesten Stand der Technik hält, wie der Designer Verantwortung bei den Architektur-Entscheidungen übernimmt, Verständnis der Plattform Features Appstore Guidelines und Gestaltungsvorgaben.</p> <p>Die Studierenden entwickeln das App-Design mit Prototypingtools und Frameworks. Sie lernen verschiedenen Interaktionskonzepte einzuschätzen und auswählen. Mit Kenntnissen über die Entwicklungsumgebung und für die Nutzung von Kamera, Bild und Video, Grafik, Lage- und Beschleunigungssensoren üben die Studierenden die technische Realisierbarkeit abzuschätzen.</p> <p>Referenzsoftware: Balsamique, Photoshop, After Effects, Swift, Xcode, Objective C (oder C/C++), HTML, CSS, Java Script</p>					

Lehrveranstaltungen im Modul	SWS	Arbeitsaufwand	Gruppengröße	Leistung/ Teilleistung
Seminar	4	60:60 Std.	40	
Übung/Projekt	4	60:90 Std.	2 x 20	Projektarbeit Präsentation

Die Leistungsnachweise müssen bis zum Ende des 4. Semesters erbracht werden.

HBK Essen, Digital Media Design B.A. Semester 5					
Modulbezeichnung Praktikum oder Auslandssemester				17 D	
Lehrformen	Voraussetzungen für die Teilnahme	Workload	Verwendbarkeit des Moduls		Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Punkten
Kolloquium	erfolgreicher Abschluss des 4.Sem.	900 Std.	Digital Media Design B.A.		Praktikumsbericht ggf. Präsentation
Häufigkeit des Angebots	Dauer des Moduls	Arbeitsaufwand in Stunden	Leistungspunkte und Noten	Gruppengröße	
Einmal jährlich	1 Semester	30 LV-Std. 870 Std. Selbststudium	30	40	
<p>Qualifikationsziele des Moduls</p> <p>Die Studierenden können Designprozesse unter den Bedingungen der Berufspraxis begleiten, in diesen Kontexten Produkte entwerfen, und diese Kenntnisse für die selbstgesteuerte Perspektiventwicklung bis zum Bachelorabschluss nutzen. Sie sind in der Lage, schriftlich und bildlich das Praktikum in angemessener Form zu dokumentieren, und hierbei auch die selbst gemachten Erfahrungen kritisch zu reflektieren.</p>					
<p>Inhalte</p> <p>Im Praktikum lernen die Studierenden Design unter Realbedingungen kennen. Das Praktikum wird mit einer Orientierungsveranstaltung vorbereitet und mit einer Ergebnisveranstaltung in der Hochschule abgeschlossen. Es soll in einem Unternehmen oder einer Institution absolviert werden, in dem/der Digital Media Design praktiziert wird. Begründete Ausnahmen sind nach Rücksprache möglich.</p> <p>Das Praktikum kann auch als Auslandsstudium mit einem Semester Dauer absolviert werden.</p>					
Lehrveranstaltungen im Modul	SWS	Arbeitsaufwand	Gruppengröße	Leistung/ Teilleistung	
Kolloquium (Einführung, Nachbesprechung)	2	30:870 Std.	40	Praktikumsbericht, ggf. Präsentation	
Der Leistungsnachweis muss bis zum Ende des 5. Semesters erbracht werden.					

HBK Essen, Digital Media Design B.A. Semester 6					
Modulbezeichnung Fachtheorie 3			18.1 D 18.2 D / BFA		
Lehrformen	Voraussetzungen für die Teilnahme	Workload	Verwendbarkeit des Moduls		Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Punkten
Vorlesung Übung	Abschluss des 5. Semesters	210 Std.	18.1 Digital Media Design B.A. 18.2 B.F.A.-Studiengänge Digital Media Design B.A.		Schriftlicher Test für beide Teilmodule
Häufigkeit des Angebots	Dauer des Moduls	Arbeitsaufwand in Stunden	Leistungspunkte und Noten	Gruppengröße	
Einmal jährlich	1 Semester	120 LV-Std. 90 Std. Selbststudium	6	Vorlesung max. 80 Übung max. 40	
<p>Qualifikationsziele des Moduls</p> <p>Die Studierenden können für das Internet Werbe- und Kommunikationsmaßnahmen gestalten. Strategien aus der Online-Werbung und Werbeformate sind ihnen bekannt und können genutzt werden. Die Studierenden sind in der Lage, Marketing Kampagnen für Online Medien im strategischen Marketing Mix zu konzipieren.</p> <p>Sie können grundlegende Ergebnisse der Werbeforschung auf ihre eigenen Entwürfe anwenden. Sie sind in der Lage Werbestrategien kritisch zu hinterfragen und ökonomische Interessen gegen ethische oder-moralische Werte abzuwägen.</p> <p>Die Studierenden können fachspezifische Recherche, die eigenständige Konzeption und den eigenständigen Entwurf mittels dazu gehöriger projektbezogener technischer Anwendungen umsetzen.</p>					
Teilmodule					
Kenn-Nr.	Titel	Zugehörige Lehrveranstaltungen	Arbeitsaufwand	Leistungspunkte	Prüfung/ Leistung
18.1 D	Werbung und Werbewirksamkeit	Vorlesung Übung	60:30 Std.	3	Schriftlicher Test
18.2 D/BFA	Online-Marketing	Vorlesung Übung	60:30 Std.	3	

Teilmodul 18.1 D

Werbung und Werbewirksamkeit

Qualifikationsziele des Teilmoduls

Die Studierenden besitzen Kenntnisse der wichtigsten Werbe- und Mediaformen.

Die Studierenden kennen psychologische und sozialwissenschaftliche theoretische Ansätze zur Erklärung von Werbewirkungsprozessen.

Die Studierenden kennen Verfahren zur Messung und Bewertung der Kommunikationsleistung von Werbung.

Sie können grundlegende Ergebnisse der Werbeforschung auf ihre eigenen Entwürfe anwenden.

Sie sind in der Lage Werbestrategien kritisch zu hinterfragen und ökonomische Interessen gegen ethische oder-moralische Werte abzuwägen.

Die Studierenden kennen Meilensteine der Geschichte der Werbung vor allem nach dem zweiten Weltkrieg und können historische Werbung in Kontexte und Epochen einordnen.

Die Studierenden verfügen über das Wissen und die Methoden insbesondere für die fachspezifische Recherche, die eigenständige Konzeption und den eigenständigen Entwurf mittels dazu gehöriger projektbezogener technischer Anwendungen.

Inhalte

Einführung in die Werbewirkungstheorie und die Wahrnehmungspsychologie

Methoden der Werbeforschung; Inhaltliche und visuelle Werbemechaniken; Erkenntnisse der neurowissenschaftlichen Werbeforschung; Kritik der Werbung; Ethische Aspekte kommerzieller Kommunikation
Geschichte der Werbung nach 1945

Gestaltungsrichtlinien und Wirkung von Design in den unterschiedlichen Werbemedien

Werberelevante Grundlagen der Bildkommunikation in ihren ästhetischen und kulturellen Kontexten

Lehrveranstaltungen im Teilmodul	SWS	Arbeitsaufwand	Gruppengröße	Leistung/ Teilleistung
Vorlesung	2	30:00 Std.	40	
Übung	2	30:30 Std.	max. 40	Schriftlicher Test

Die Leistungsnachweise müssen bis zum Ende des 6. Semesters erbracht werden.

Teilmodul 18.2 D/BFA

Online-Marketing

Qualifikationsziele des Teilmoduls

Die Studierenden kennen das Internet als Werbe- und Kommunikationsplattform. Strategien aus der Online-Werbung und Werbeformate sind ihnen bekannt.

Sie können Begriffe wie Suchmaschinenmarketing, Internetwerbung, Social Media Marketing, Videomarketing, Targeting, Retargeting einordnen und Verfahrensweisen beschreiben.

Die Studierenden sind in der Lage, Marketing Kampagnen für Online Medien im strategischen Marketing Mix zu beurteilen. Sie kennen die Relevanz von Crawlern, Robots, Suchmaschinen, Hits, Pageviews, Linkpopularity, Conversion Rates und dem Ranking in Suchmaschinen.

Inhalte

Werbemärkte und Online-Marketing, Geschichte und Entwicklung

Markenmanagement und Strategien des Online-Marketings und des Social Media Marketings

Suchmaschinenmarketing, Internetwerbung, Social Media Marketing, Videomarketing

Werbeformate, Gestaltung und technische Vorgaben

Werbeumfeld

Zielgruppen, Targeting und Retargeting

Ads und Ad-Targeting

Suchmaschinen und Search Engine Optimization (SEO)

Wirkung von Informationsarchitektur, Seitenstruktur, Seitenlayout und Links auf das Ranking

Hits, Pageviews, Linkpopularity, Conversion Rates

Crawler und Robots

Logfiles, Methoden für Analyse und Auswertung

Lehrveranstaltungen im Teilmodul	SWS	Arbeitsaufwand	Gruppengröße	Leistung/ Teilleistung
Vorlesung	2	30:00 Std.	max. 80	
Übung	2	30:30 Std.	4 x 20	Schriftlicher Test

Die Leistungsnachweise müssen bis zum Ende des 6. Semesters erbracht werden.

HBK Essen, Digital Media Design B.A. Semester 6					
Modulbezeichnung Projekt 6 Online-Marketing und Social Media				19 D	
Lehrformen	Voraussetzungen für die Teilnahme	Workload	Verwendbarkeit des Moduls		Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Punkten
Seminar Projekt	Abschluss des 5. Semesters	360 Std.	Digital Media Design B.A.		Studienarbeit Präsentation
Häufigkeit des Angebots	Dauer des Moduls	Arbeitsaufwand in Stunden	Leistungspunkte und Noten	Gruppengröße	
Einmal jährlich	1 Semester	60 LV-Std. 300 Std. Selbststudium	12	Seminar 40 Projekt 20	
<p>Qualifikationsziele</p> <p>Die Studierenden sind in der Lage, Online-Werbeformate im Marketing Mix zu planen und gezielt einzusetzen. Sie kennen die gestalterischen und technischen Vorgaben und eigene Ideen und Entwürfe entwickeln.</p> <p>Sie überschauen den Einsatz von grafischen Werbeformaten, Animationen und Video Ads in verschiedenen Kontexten und entwerfen zielgruppen- und mediengerecht.</p>					
<p>Inhalte</p> <p>Die seminaristische Einführung in das Projekt wird als einwöchiger Workshop durchgeführt. Die Studierenden arbeiten in kleinen Gruppen (2-3 Studierende) im Rahmen der Aufgabenstellung an eigenen Projektthemen.</p> <p>Planung einer Kampagne im Marketing Mix mit dem Schwerpunkt Online-Werbung. Kenntnis und Nutzung verschiedener Werbeformate. Zielgruppen- und mediengerechte Planung, Präsentation und exemplarische Umsetzung.</p> <p>Marketingstrategie und Branding Nutzung und Darstellung auf dem Desktop und auf mobilen Endgeräten Werbeformate planen und entwerfen Zielgruppe und Targeting Banner, Channel Branding, Video Ads, Mobile Content Ads</p> <p>Markenmanagement und Strategien des Online-Marketings und des Social Media Marketings, Ziele und Möglichkeiten des Social Media Marketings, Entwicklungstendenzen der Rezeption von Online-Medien, Erscheinungsformen des Online-Marketings, Konzepte für die Generierung von Inhalten, Online-Journale und Content Management z.B. für Social Media, Blogs, Podcasts, Medienkanäle</p>					

Werbemöglichkeiten mit Sozialen Medien; Social Media und ihre Auswirkungen auf Unternehmenskultur und die Unternehmenskommunikation,

Ethische Fragen bei der Sammlung von Nutzerdaten, Rechtliche Rahmenbedingungen, Schutz der Privatsphäre, Datenschutz

Erhöhung Klickraten und Response, Erfolgsmessung, Kampagnentracking, Werbeerfolgskontrolle, Technik für den Versand (Inhalt, Möglichkeiten und Grenzen)

Arten und Klassifikation von Suchfunktionen im Rahmen des Digital Media Designs, Funktionsweise von Suchmaschinen,

Techniken und Vorgehensweisen des Suchmaschinenmarketings, Werkzeuge und Vorgehensweisen der Suchmaschinenoptimierung, Nutzung der Suchmaschinenanbieter als Instrument zur Optimierung der Onlinekommunikation und der Marktforschung, Gestaltung der Onlinewerbung aus Sicht der Nutzer mit Instrumenten der Suchmaschinenoptimierung (Generierung erhöhten Traffics, Optimierung der Indizes für Suchmaschinen, Werbung mit Schlüsselworten)

E-Mail-Marketing, Spam-Problematik

Weitere Stichworte:

Alternative Strategien zur Bildung von Communities, unter Nutzung der Plattformen z.B. Podcasting, Web-Feeds/RSS Blogs und Facebook, LinkedIn, Instagram, Twitter, sowie mediale Communities auf YouTube und Vimeo, Nischenanbieter wie Diaspora

Lehrveranstaltungen im Modul	SWS	Arbeitsaufwand	Gruppengröße	Leistung/ Teilleistung
Seminar	4	30:30 Std.	40	
Projekt	4	30:270 Std.	2 x 20	Studienarbeit Präsentation
Die Leistungsnachweise müssen bis zum Ende des 6. Semesters erbracht werden.				

HBK Essen, Digital Media Design B.A. Semester 6					
Modulbezeichnung Interdisziplinäres Projekt Digital Media Design				20 D	
Lehrformen	Voraussetzungen für die Teilnahme	Workload	Verwendbarkeit des Moduls		Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Punkten
Seminar Übung/ Tutorium	Abschluss des 5. Semesters	360 Std.	Digital Media Design B.A.		Studienarbeit Präsentation
Häufigkeit des Angebots	Dauer des Moduls	Arbeitsaufwand in Stunden	Leistungspunkte und Noten	Gruppengröße	
Einmal jährlich	1 Semester	90 LV-Std. 270 Std. Selbststudium	12	Seminar max. 40 Übung/ Tutorium 10	
<p>Qualifikationsziele des Moduls</p> <p>Die Studierenden können in einem interdisziplinär zusammengesetzten Team ihre produktbezogenen Entwurfsfähigkeiten in überzeugender und ästhetisch ansprechender Weise anwenden. In Hinblick auf ein technisch anspruchsvolles Produktkonzept sind sie befähigt, ihren jeweiligen fachlichen Anteil einzubringen.</p> <p>Der thematische Ansatz und die Initiative zur Produktentwicklung können aus den Studiengängen der Kunst, dem Digital Media Design, dem Game Design, oder dem Produktdesign stammen. Die Ausprägung des Projektes kann eher technisch oder eher frei/kreativ definiert werden.</p> <p>Die Studierenden können im Rahmen der vorgegebenen Parameter (Zeit, Aufwand, Zielgruppen, benutzte Materialien und Hard- und Software) arbeitsteilig entlang der verschiedenen Projektmeilensteine von der Recherche, Analyse, der Marktuntersuchung, Konzeption und Entwurf bis hin zur Detaillierung, Realisierung und Produktpräsentation und Ausstellung eine überzeugende Lösung erarbeiten.</p> <p>Das Modul fördert die Potentiale der Studierenden wie Neugierde, Kreativität, Visualisierungsfähigkeit, Geschick im Modell- und Prototypenbau, Zielstrebigkeit und Zeitmanagement.</p> <p>Die Studierenden nutzen hierfür insbesondere die Lernergebnisse aus den Modulen zum App Design und Internet der Dinge/Interaktion.</p>					
<p>Inhalte</p> <p>Die seminaristische Einführung in das Projekt wird als einwöchiger Workshop durchgeführt. Die Studierenden arbeiten in kleinen Gruppen (2-3 Studierende) im Rahmen der Aufgabenstellung an eigenen Projektthemen.</p> <p>Dem Profil der Kunsthochschule entsprechend soll mit dem Projektmodul die Durchführung gemeinsamer Projekte von Studierenden der bildenden Kunst und der Designstudiengänge ermöglicht werden.</p> <p>Die Inhalte werden semesterweise festgelegt. Angestrebt ist die Zusammenarbeit mit externen Partnern.</p>					

Mindestens zwei Dozenten aus zwei Studiengängen konzipieren und geben die Themen vor. Es sollen Studierende von mindestens zwei Studiengängen zusammenarbeiten.

Die Studierenden werden bei der Einführung und in einem wöchentlichen Round Table betreut, organisieren sich aber selbst. Angestrebt sind bis zu fünf parallele Gruppen, mit einer Personenstärke von maximal 12 Studierenden.

Es gibt eine von einem Dozenten separat betreute zusätzliche Gruppe, die sich aus je einem Vertreter der Arbeitsgruppen zusammensetzt und die sich einmal wöchentlich trifft, die Website für das Projekt pflegt und die Ausstellung vorbereitet.

Jeder Projektgruppe wird ein Budget für Material zugeteilt.

Lehrveranstaltungen im Modul	SWS	Arbeitsaufwand	Gruppengröße	Leistung/ Teilleistung
Seminar	2	30:30 Std.	40	
Übung/Tutorium	4	60:240 Std.	4 x 10	Studienarbeit Präsentation

Die Leistungsnachweise müssen bis zum Ende des 6. Semesters erbracht werden.

HBK Essen, Digital Media Design B.A. Semester 7					
Modulbezeichnung Fachtheorie 4			21.1 D 21.2 DGP		
Lehrformen	Voraussetzungen für die Teilnahme	Workload	Verwendbarkeit des Moduls		Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Punkten
Vorlesung Übung	Abschluss des 5. Semesters	270 Std.	21.1 Digital Media Design B.A. 21.2 Digital Media Design B.A. Game Art and Design B.A. Produktdesign B.A.		Hausarbeit oder Klausur oder Referat
Häufigkeit des Angebots	Dauer des Moduls	Arbeitsaufwand in Stunden	Leistungspunkte und Noten	Gruppengröße	
Einmal jährlich	1 Semester	90 LV-Std. 180 Std. Selbststudium	9	Vorlesung max. 60 Übung max. 40	
<p>Qualifikationsziele des Moduls</p> <p>Die Studierenden können theoretische Kenntnisse über Design- und Entwurfsstrategien für den Entwurf einer Social Media Kampagne als Studienprojekt nutzen. Die Studierenden können an diesem Beispiel Designprozesse formulieren, produktentwicklungsrelevante Themen analysieren und eigenständig Designbriefings und Strategien zur Wirtschaftlichkeit und zum Gebrauchsnutzen erläutern und darstellen. Außerdem sind sie befähigt, eine Social Media Kampagne einerseits an Marketinganforderungen auszurichten, andererseits aber auch Anforderungen wie Schutz der Privatsphäre und der Daten zu berücksichtigen.</p>					
Teilmodule					
Kenn-Nr.	Titel	Zugehörige Lehrveranstaltungen	Arbeitsaufwand	Leistungspunkte	Prüfung/ Leistung
21.1 D	Social Media Marketing	Vorlesung Übung	60:120 Std.	6	Hausarbeit oder Klausur oder Referat
21.2 DGP	Produktplanung und -vermarktung	Vorlesung Seminar	30:60 Std.	3	

Teilmodul 21.1 D
Social Media Marketing

Qualifikationsziele des Teilmoduls

Die Studierenden können prototypisch eine Social Media Kampagne konzipieren und gestalten, die redaktionelle und technische Vorgehensweise inklusive Feedback, Response und Kundenbindung beschreiben, und die Konzeption im Rahmen des Marketings begründen.

Inhalte Lehrveranstaltung

Ziele und Möglichkeiten des Social Media Marketings, Entwicklungstendenzen der Rezeption von Online-Medien,

Konzepte für die Generierung von Inhalten, Online-Journale und Content Management z.B. für Social Media, Blogs, Podcasts, Medienkanäle

Werbemöglichkeiten mit Sozialen Medien; Social Media und ihre Auswirkungen auf Unternehmenskultur und die Unternehmenskommunikation,

Ethische Fragen bei der Sammlung von Nutzerdaten, Rechtliche Rahmenbedingungen, Schutz der Privatsphäre, Datenschutz

Erhöhung Klickraten und Response, Erfolgsmessung, Kampagnentracking, Werbeerfolgskontrolle, Response- und Belohnungsstrategien

Arten und Klassifikation von Suchfunktionen im Rahmen des Digital Media Designs, Funktionsweise von Suchmaschinen.

Weitere Stichworte:

Alternative Strategien zur Bildung von Communities, unter Nutzung etablierter Social Media Plattformen (z.B. Facebook, LinkedIn, Instagram, Twitter usw.), und/oder Podcasts, Web-Feeds/RSS, Blogs, mediale Communities auf YouTube und Vimeo. Hinweis auf Alternativen und Nischenanbieter.

Lehrveranstaltungen im Teilmodul	SWS	Arbeitsaufwand	Gruppengröße	Leistung/ Teilleistung
Vorlesung	2	30:30 Std.	max. 40	
Übung	2	30:90 Std.	2 x max. 20	Hausarbeit oder Klausur

Die Leistungsnachweise müssen bis zum Ende des 7. Semesters erbracht werden.

Teilmodul 21.2 DGP
Produktplanung und -vermarktung

Qualifikationsziele des Teilmoduls

Die Studierenden können theoretische Kenntnisse über Design- und Entwurfsstrategien für die Entwurfsplanung nutzen. Die Studierenden können Designprozesse formulieren, produktentwicklungsrelevante Themen analysieren und eigenständig Designbriefings und Strategien zur Wirtschaftlichkeit und zum Gebrauchsnutzen von Produkten erläutern und darstellen.

Die Studierenden können Lösungsvorschläge für Problemfälle aus der Marketingpraxis, der Unternehmensführung und im Wettbewerb erarbeiten.

Inhalte

An Beispielen werden die Studierenden in Methoden und Strategien der Projektplanung eingeführt.

Es werden Grundlagen des strategischen Marketings an Beispielen vermittelt.

In Bezug auf Führungsfragen eines Unternehmens oder einer Abteilung werden die hierbei relevanten Probleme und Aufgaben erläutert.

Darüber hinaus werden Positionierungsstrategien im Wettbewerb sowie eine Einführung in das Markenmanagement thematisiert.

Lehrveranstaltungen im Teilmodul	SWS	Arbeitsaufwand	Gruppengröße	Leistung/ Teilleistung
Vorlesung	1	15:15 Std.	2 x 60	
Seminar	1	15:45 Std.	3 x max. 40	Hausarbeit oder Referat

Die Leistungsnachweise müssen bis zum Ende des 7. Semesters erbracht werden.

HBK Essen, Digital Media Design B.A. Semester 7					
Modulbezeichnung Vertiefung Fachtheorie Professionalisierung Digital Media Design				22 D	
Lehrformen	Voraussetzungen für die Teilnahme	Workload	Verwendbarkeit des Moduls		Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Punkten
Seminar Übung	Abschluss des 6. Semesters	180 Std.	Digital Media Design B.A.		Hausarbeit Präsentation
Häufigkeit des Angebots	Dauer des Moduls	Arbeitsaufwand in Stunden	Leistungspunkte und Noten	Gruppengröße	
Einmal jährlich	1 Semester	120 LV-Std. 60 Std. Selbststudium	6	40	
<p>Qualifikationsziele des Moduls</p> <p>Die Studierenden können Ideen, Konzepte und produktionsnahe Szenarien für Interaktionen an digital gesteuerten Benutzerschnittstellen, Computeranimationen oder digitale Filme formulieren und hierbei die Zukunftsfähigkeit ihrer Lösungen begründen. Sie nutzen dabei theoretische Analysen, Studien, Untersuchungsergebnisse zu einem oder mehreren Zukunftsfeldern für Interaction, Animation oder digitalen Film.</p> <p>Sie greifen zurück auf Entwicklungen der Formensprache und der technischen Bedingungen für Interaction, Animation oder digitalen Film, sowie auf kulturelle, soziale und ökonomische Rahmenbedingungen.</p> <p>Die Begründung für die gewählten Ideen, Konzepte und produktionsnahen Entwürfe für Produkte erfolgt ausgehend von Nutzungs- und Gebrauchswertkriterien, wobei eine zielgruppenbezogene Argumentation naheliegt.</p> <p>Schließlich können die Studierenden aktuelle Innovationen in Material, Verarbeitungstechniken, Fertigung und Vertrieb berücksichtigen, wobei besonderes Augenmerk auf der Nutzung durch Mobiles liegt. Die Studierenden kennen wichtige Akteure der Branche und ihre Entwicklungen, und können sie in Hinblick auf ihre Qualität beurteilen.</p> <p>Die Studierenden kennen aktuelle Forschungen und Fachdiskussionen und können sie auf die eigene Entwurfstätigkeit beziehen.</p>					
<p>Inhalte</p> <p>Die Studierenden präsentieren die Konzepte im Wesentlichen schriftlich, gegebenenfalls mit Illustrationen.</p> <p>Theoretische Arbeit; selbstständige Themenfindung und Themendefinition, Recherche für die gewählte Aufgabe; Fachliteratur und deren Analyse.</p>					

Es finden individuelle Beratungen statt zu Szenarien, Situations- und Marktanalyse, Dokumentations- und Präsentationstechniken.

Lehrveranstaltungen im Modul	SWS	Arbeitsaufwand	Gruppengröße	Leistung/ Teilleistung
Seminar	4	60:00 Std.	40	Hausarbeit
Übung	4	60:60 Std.	40	Präsentation

Der Leistungsnachweis muss bis zum Ende des 7. Semesters erbracht werden.

HBK Essen, Digital Media Design B.A. Semester 7					
Modulbezeichnung Bachelorarbeit, Bachelorkolloquium				23 D	
Lehrformen	Voraussetzungen für die Teilnahme	Workload	Verwendbarkeit des Moduls		Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Punkten
Kolloquium	Abschluss des 6. Sem.	450 Std.	Digital Media Design B.A.		Bachelorarbeit und Kolloquium Präsentation
Häufigkeit des Angebots	Dauer des Moduls	Arbeitsaufwand in Stunden	Leistungspunkte und Noten	Gruppengröße	
Einmal jährlich	1 Semester	30 LV-Std. 420 Std. Selbststudium	15	40	
Kolloquium 2 SWS 30 LV-Std., 60 Std. Selbststudium, 3 LP					
Bachelorarbeit 0 LV-Std. 360 Std. Selbststudium, 12 LP					
Qualifikationsziele des Moduls					
<p>In der Bachelorarbeit und ihrer anschließenden Präsentation weist die/der Studierende anhand eines selbstgewählten Themas nach, dass sie/er die im Bachelorstudium erworbenen Befähigungen selbstständig anwenden kann. Die Studierenden weisen auf theoretischer, wissenschaftlicher und gestalterischer Grundlage des Studiums nach, dass sie zur intensiven Vertiefung des Entwurfsprozesses und seiner Methoden aufgrund eines breiten Gestaltungsrepertoires befähigt sind.</p>					
Inhalte					
<p>In der von einer Orientierungs- und Beratungsveranstaltung begleiteten Vorbereitung der Bachelorarbeit werden Methoden für die Entwicklung und Planung eines thematischen und gestalterischen Konzepts für die Abschlussarbeit besprochen. Ihre Anforderungen in Hinblick auf die Idee, die wissenschaftliche Recherche, inhaltliche Analyse, konzeptionelle Strukturierung bis zur gestalterischen Umsetzung werden ebenfalls erörtert.</p>					