

MDMA10 Medienrealisierung Theorie

Nr.: MD MA 10	Pflichtmodul: Medienrealisierung Theorie	Sprache: deutsch		Credits: 6
		Häufigkeit: jährlich im WS		Semesterlage: 3
		Workload: 180 h		Prüfungsform: HA / KL90
	Voraussetzungen für die Teilnahme: keine	Präsenz: 60 h	Selbststudium: 120 h	
Veranstaltungen		<u>Dozent/Dozententeam (modulverantwortlich)</u>	Lehr- und Lernformen	Umfang (SWS)
Medienrealisierung Theorie		<u>Prof. Melanie Beisswenger</u>	S	2

Dieses Modul wird für folgende Studiengänge verwendet: MD

InhalteMedienrealisierung Theorie:

- Design und Komposition
- Corporate Publishing
- Trendanalyse und Entwicklung
- Perzeption, Rezeption und Kognition
- Ausgestaltung schöpferischer Potenziale
- Kreativitätsforschung
- Produktionsumgebungen
- Analytische Reflektion aktueller Projekte (Medienrealisation Praxis)
- Analytische Reflektion aktueller Medienkanäle
- Vermittlungs- und Kommunikationskompetenz

Lernziele und zu vermittelnde KompetenzenMedienrealisierung Theorie:

Die Studierenden können dank theoretischen Vokabulars ihren Ideen Gestalt verleihen und kennen die dazu gehörigen grammatischen Regeln – auch um diese ggf. bewusst brechen zu können. Mit fundiertem Theoriewissen und Methoden zur Medienanalyse lösen sie komplexe Problemstellungen. In diesem Zusammenhang spielt die Medien- und die Vermittlungskompetenz eine tragende Rolle, die die Studierenden befähigt medienübergreifend zu denken, um gezielt adäquate Gestaltungskonzepte wirksam einzusetzen und zu begründen. Die Studierenden analysieren aktuelle Medienkanäle, können alte ggf. modifizieren, sie sind in der Lage Neuen offen zu begegnen, deren Funktion zu reflektieren und beherrschen somit die Spielräume der medialen Klaviatur. Um den Erfolg von Designprojekten zu sichern, können sie Ideen fachlich fundiert vermitteln, einen Auftraggeber mit stichhaltigen Argumenten überzeugen, dies auch im Zusammenspiel mit Produktionspartnern und schließlich den Konsumenten. Sie beherrschen den Dialog und Austausch, mit entsprechendem Verständnis, Überzeugungskraft und Emotion.

Literatur und ArbeitsmaterialienMedienrealisierung Theorie:

- Birkenbihl, Vera F.: Das innere Archiv. Steigern Sie Ihre Intelligenz durch nachhaltiges Gehirnmanagement. München 2018
- Bohnsack, Ralf: Dokumentarische Methode. In: Hauptbegriffe Qualitativer Sozialforschung, hg. Michael Meuser. Opladen und Farmington Hills 2011
- Howells, R.: Visual Culture. Cambridge 2019
- Holm-Hadulla, Rainer M.: Kreativität zwischen Schöpfung und Zerstörung. Göttingen 2012
- Hüther, Gerald: Die Macht der inneren Bilder: Wie Visionen das Gehirn, den Menschen und die Welt verändern. Göttingen 2015
- Korte, Martin: Wir sind Gedächtnis: Wie unsere Erinnerungen bestimmen, wer wir sind. München 2017
- Zürn, T.: Bild, Blick, Berührung: optische und taktile Wahrnehmung in den Künsten. Paderborn 2019

Bundesministerium für Wirtschaft und Energie: Monitoringbericht Kultur- und Kreativwirtschaft 2018. München 2018

Kromrey, Helmut.: Empirische Sozialforschung. Stuttgart 2009

Nohl, Arnd-Michael: Interview und dokumentarische Methode. Anleitungen für die Forschungspraxis. Wiesbaden 2012

Regenthal, G.: Ganzheitliche Corporate Identity: Profilierung von Identität und Image. Wiesbaden 2009

Reins, A.: Corporate Language: wie Sprache über Erfolg oder Misserfolg von Marken und Unternehmen entscheidet. Mainz 2006

Sternberg, Robert J. / Lubart, Todd I.: The concept of Creativity: Prospects and Paradigms. In: Handbook of Creativity, edited by Robert Sternberg. Cambridge 2010