
Stand: 25.05.2020

Modulkatalog

Masterstudiengang (M.A.)
Mediendesign (MDMA)

Inhalt

Abkürzungsverzeichnis	II
1. Semester	1
MDMA1 Crossmediale Projektentwicklung	1
MDMA2 Mediale Kompetenz	3
MDMA3 Konzeptionelle Kompetenz	5
MDMA4 Design im gesellschaftlichen Diskurs	7
2. Semester	8
MDMA5 Design und Wirtschaft	8
MDMA6 Medienkonzeption Theorie	10
MDMA7 Medienkonzeption Praxis	12
MDMA8 Wahlpflichtfach I	16
3. Semester	20
MDMA9 Design und Ästhetik	20
MDMA10 Medienrealisierung Theorie	21
MDMA11 Medienrealisierung Praxis	23
MDMA12 Wahlpflichtfach II	26
4. Semester	29
MDMA13 Masterseminar	29
MDMA14 Masterarbeit mit Kolloquium	31

Abkürzungsverzeichnis

Allgemeine Abkürzungen:

SWS	Semesterwochenstunden
CP	Leistungspunkte nach dem European Credit Transfer System (ECTS)
N.N.	Nicht nominiert

Lehrveranstaltungsformen:

V	Vorlesung
S	Seminar
L	Labor

Prüfungsformen:

KL	Klausur mit Dauer: 90 min.
HA	Hausarbeit
PR	Präsentation
PA	Projektarbeit
EW	Entwurf
MA	Masterarbeit
KO	Kolloquium

1. Semester

MDMA1 Crossmediale Projektentwicklung

Nr.: MD MA 1	Pflichtmodul: Crossmediale Projektentwicklung	Sprache: deutsch		Credits: 6	
		Häufigkeit: jährlich im WS		Semesterlage: 1	
		Workload: 180 h		Prüfungsform: KL90 / HA	
	Voraussetzungen für die Teilnahme: keine	Präsenz: 60 h	Selbststudium: 120 h		
Veranstaltungen		Dozent/Dozententeam (modulverantwortlich)		Lehr- und Lernformen	Umfang (SWS)
Crossmediale Projektentwicklung		Prof. <u>Interaktive Medien</u> (N.N.)		V	4
Dieses Modul wird für folgende Studiengänge verwendet: MD MA					
Inhalte					
<p><u>Crossmediale Projektentwicklung:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Analyse: Klassische Medien / Potenziale und Grenzen, Neue Medien / Potenziale und Grenzen, Crossmediale Konzepte / Potenziale und Grenzen - Diskussion neuer Trends der Medienbranche - Realisation: Entwicklung integrativer Kommunikationskonzepte, Erlangen eines adäquaten, gestalterischen Niveaus, Interdisziplinäre Ansätze und Möglichkeiten - Vernetzung: Kommunikationsdesign, AV-Design, Fotografie, PR und Marketing, Gestaltung, Technik und Wissenschaft, Kompetenzentwicklung und Praxisorientierung, Organisatorische Fähigkeiten und Soziale Kompetenz 					
Lernziele und zu vermittelnde Kompetenzen					
<p><u>Crossmediale Projektentwicklung:</u></p> <p>Durch die Vorlesung „Crossmediale Projektentwicklung“ identifizieren und diskutieren die Studierenden aktuelle Trends der Medienkreation, Vernetzungsstrategien und die Integration einzelner Medien aus den Bereichen Kommunikationsdesign, Interaktive Medien und Bewegtbildmedien zu einem konsistenten Medienmix. Die Studierenden analysieren und differenzieren unterschiedliche mediale Ansätze, wie beispielsweise Corporate Communication, Crossmedia Publishing oder Integrative Konzepte. In diesem Zusammenhang prüfen die Studierenden Konstrukte möglicher Cross- und Transmedialität. Die Studierenden nutzen aktiv relevante Informationen zur eigenständigen Kontemplation medialer Produkte und lassen theoretischen Kenntnisse in die Planung und Realisation praktischer Projekte einfließen. Die Studierenden reflektieren in diesem Rahmen sowohl die wiss. Fundierung und Qualität des Vorgehens bei der Entwicklung von Strategien und Konzepten im Hinblick auf ein zielgruppenadäquates Inhaltsangebot.</p>					
Literatur und Arbeitsmaterialien					
<p><u>Crossmediale Projektentwicklung:</u></p> <p>Bentele, G.: Lexikon Kommunikations- und Medienwissenschaft. Wiesbaden 2013 Birkigt, K.: Corporate Identity: Grundlagen, Funktionen, Fallbeispiele. München 2013 Breidenich, C.: Design - Ästhetik, Kommunikation, Interaktion. Heidelberg 2010 Bukow, G.: Raum, Zeit, Medienbildung. Wiesbaden 2012 Grandt, Anke: Visualisierte Kommunikation: grafische Elemente, Typografie und Layout. Haan-Gruiten 2016 Hall, E: Conversational Design. New York 2018 Jäckel, M.: Medienwirkungen kompakt. Wiesbaden 2019 Jakubetz, C.: Crossmedia, Konstanz 2019 Mahrdt, N.: Crossmedia: Werbekampagnen erfolgreich planen und umsetzen. Wiesbaden 2013 Regenthal, G.: Ganzheitliche Corporate Identity: Profilierung von Identität und Image. Wiesbaden 2009</p>					

Sharp, H: Interaction design: beyond human-computer interaction. Indianapolis 2019
Wehle, A.: Crossmedia: ein Allheilmittel der Werbekommunikation? Idee, Konzept, Wirkung, Ziele und Erfolgskriterien. Hamburg 2012

MDMA2 Mediale Kompetenz

Nr.: MD MA 2	Pflichtmodul: Mediale Kompetenz	Sprache: deutsch		Credits: 9	
		Häufigkeit: jährlich im WS		Semesterlage: 1	
		Workload: 270 h		Prüfungsform: PA / HA	
	Voraussetzungen für die Teilnahme: keine	Präsenz: 90 h	Selbststudium: 180 h		
Veranstaltungen		Dozent/Dozententeam (<u>modulverantwortlich</u>)		Lehr- und Lernformen	Umfang (SWS)
Mediale Kompetenz		Prof. Melanie Beisswenger		S	6
Dieses Modul wird für folgende Studiengänge verwendet: MD MA					
Inhalte					
<u>Mediale Kompetenz:</u>					
<ul style="list-style-type: none"> - Entwicklung integrativer Kommunikationskonzepte - Realisation integrativer Konzepte - Erlangen eines adäquaten gestalterischen Niveaus - Interdisziplinäre Ansätze und Möglichkeiten im Team - Kommunikationsdesign, AV-Design, Fotografie, PR und Marketing - Gestaltung, Technik und Wissenschaft - Kompetenzentwicklung und Praxisorientierung - Organisatorische Fähigkeiten und Soziale Kompetenz 					
Lernziele und zu vermittelnde Kompetenzen					
<u>Mediale Kompetenz:</u>					
<p>Die Studierenden kreieren ein crossmediales Projekt unter Berücksichtigung aktueller Trends im Mediendesign und erworbenen theoretischen Fachwissen. Die Studierenden vernetzen und integrieren Medien aus den Bereichen AV, Interaktiv, Print zu einem konsistenten Medienmix, dies erfolgt idealer Weise unter realen Bedingungen mit Projektpartnern. Demzufolge können die Studierenden entsprechende Projekte konzipieren und unter Berücksichtigung zentraler Aspekte wie Corporate Communication, Crossmedia Publishing, integrative Konzepte realisieren. Die Studierenden sind befähigt relevante Informationen zur eigenständigen Kontemplation der produzierten medialen Produkte aktiv zu nutzen und die erworbenen theoretischen Kenntnisse in die Planung und Realisation des praktischen Projekts einfließen zu lassen. Die Studierenden reflektieren in diesem Rahmen erworbenes designspezifisches Fachwissen, die Fundierung und Qualität des eigenen Vorgehens und die Entwicklung von Strategien und Designproduktionen im Hinblick auf ein zielgruppenadäquates Inhaltsangebot.</p>					
Literatur und Arbeitsmaterialien					
<u>Mediale Kompetenz:</u>					
<p>Ambrose, G.: Design th!nking: Fragestellung, Recherche, Ideenfindung, Prototyping, Auswahl, Ausführung, Feedback. München 2013</p> <p>Csikszentmihalyi, Mihaly: Creativity. Flow and the Psychology of Discovery and Invention. New York 2015</p> <p>Eppler, Martin J.: Creability: gemeinsam kreativ - innovative Methoden für die Ideenentwicklung in Teams. Stuttgart 2014</p> <p>Hickmann, F. M.: Von erfolgreichen Designern lernen: schauen Sie hinter die Kulissen bekannter Agenturen; Inspiration, Anregung, Wissensvorsprung ; Trends und Standards im Grafikdesign. Bonn 2014</p> <p>Erksmeier, N.: Bildkommunikation in der Werbung: Lebensstilkonzepte und Imagerystrategien für das Marketing. München 2007</p> <p>Holm-Hadulla, Rainer M.: Kreativität zwischen Schöpfung und Zerstörung. Göttingen. 2012</p>					

Hüther, Gerald: Die Macht der inneren Bilder: Wie Visionen das Gehirn, den Menschen und die Welt verändern. Göttingen 2015

Lochner, D.: Storytelling in virtuellen Welten. München 2014

Krisztian, G. / Schlempp-Ülker, N.: Ideen visualisieren: Entwerfen und Präsentieren wie ein Profi. Mainz 2011

Krüger, O.; Virtualität und Unsterblichkeit: Gott, Evolution und die Singularität im Post- und Transhumanismus. Freiburg 2019

Pricken, Mario: Clou. Strategisches Ideenmanagement in Marketing, Werbung, Medien & Design: Wie innovative Ideenschmieden die Alchemie der Kreativität nutzen: Wie innovative Ideenschmieden die Alchemie der Kreativität nutzen. Mainz 2009

Pricken, Mario: Visuelle Kreativität. Kreativitätstechniken für neue Bildwelten in Werbung, 3D-Animation & Computer-Games. Mainz 2004

Sharp, H.; Interaction design: beyond human-computer interaction. Indianapolis. 2019

MDMA3 Konzeptionelle Kompetenz

Nr.: MD MA 3	Pflichtmodul: Konzeptionelle Kompetenz	Sprache: deutsch		Credits: 9
		Häufigkeit: jährlich im WS		Semesterlage: 1
		Workload: 270 h		Prüfungsform: PA / HA
	Voraussetzungen für die Teilnahme: keine	Präsenz: 90 h	Selbststudium: 180 h	
Veranstaltungen		Dozent/Dozententeam (modulverantwortlich)	Lehr- und Lernformen	Umfang (SWS)
Konzeptionelle Kompetenz		Prof. Kommunikationsdesign (N.N)	S	6
Dieses Modul wird für folgende Studiengänge verwendet: MD MA				
Inhalte				
<u>Konzeptionelle Kompetenz:</u>				
<ul style="list-style-type: none"> - Analytische Methoden - Recherche Methoden - Medienreflektion - Methoden zum wissenschaftlichen Arbeiten - Forschungsmethoden - Hypothesenformulierung - Abstraktionsfähigkeit - Vermittlungs- und Kommunikationskompetenz 				
Lernziele und zu vermittelnde Kompetenzen				
<u>Konzeptionelle Kompetenz:</u>				
Die Studierenden sind mit unterschiedlichen Methoden der Designkonzeption vertraut und können Designentscheidungen unter Zuhilfenahme von Analyse- und Recherche-Methoden sowie einer fundierten Hypothesenformulierung begründen, die mit Erkenntnissen aus den Medienwissenschaften korrespondieren. Sie analysieren Kommunikationsmedien theoretisch/strategisch, wenden aktiv Methoden der Zielformulierung an und können die gewonnenen Erkenntnisse für die Konzeption und Gestaltung entsprechend einer definierten Ziel/Bezugsgruppe transferieren und entwickeln. Somit können die Studierenden den Konzeptions- und Designprozess für unterschiedliche Produkte und Ansprüche betrachten und eine methodische Entwicklung mittels Konzeption, Entwurfs- und Visualisierungstechniken analysieren und kritisch reflektieren. Sie sind in der Lage mit fundiertem Theoriewissen medialen Problemstellungen auf logisch-rationaler Ebene zu begegnen.				
Literatur und Arbeitsmaterialien				
<u>Konzeptionelle Kompetenz:</u>				
Arnaldi, B.: Virtual Reality and Augmented Reality: Myths and Realities. Newark 2018				
Birkenbihl, Vera F.: Das innere Archiv. Steigern Sie Ihre Intelligenz durch nachhaltiges Gehirnmanagement. München 2018				
Blackburn, A.: Emerging trends in cyber ethics and education. Hershey 2019				
Blythe, M.: Funology 2: From Usability to Enjoyment. Cham 2018				
Bohnsack, Ralf: Dokumentarische Methode, in: Hauptbegriffe Qualitativer Sozialforschung, hg. Michael Meuser, Opladen und Farmington Hills 2011				
Bukow, G: Mediale Transformationen unseres Verhältnisses zu Raum und Zeit. 2012				
Dörner, R.; et. al.; Virtual und Augmented Reality (VR / AR): Grundlagen und Methoden der Virtuellen und Augmentierten Realität. Cham 2014				
Florin, A.; User - Interface - Design: Usability in Web- und Software-Projekten. Norderstedt 2015				

Gardner, Howard: Creating Minds. An Anatomy of Creativity Seen Through the Lives of Freud, Einstein, Picasso, Stravinsky, Eliot, Graham, and Ghandi. New York 2011
Kapros, E.: Designing for the user experience in learning systems. Cham 2018
Kepplinger, H.: Medien und Skandale. Wiesbaden 2018
Möller, S.: Quality Engineering: Qualität Kommunikationstechnischer Systeme. Heidelberg 2017
Sharp, H.: Interaction design: beyond human-computer interaction. Indianapolis 2019
Smith, L.: Revit: AR and VR Workflows. Carpinteria/Californien 2018
Wyngaarden, E. van.: Digitale Formatentwicklung: nutzerorientierte Medien für die vernetzte Welt. Köln 2018

MDMA4 Design im gesellschaftlichen Diskurs

Nr.: MD MA 4	Pflichtmodul: Design im gesellschaftlichen Diskurs	Sprache: deutsch		Credits: 6	
		Häufigkeit: jährlich im WS		Semesterlage: 1	
	Voraussetzungen für die Teilnahme: keine	Workload: 180 h		Prüfungsform: KL90 / HA	
Präsenz: 60 h		Selbststudium: 120 h			
Veranstaltungen		Dozent/Dozententeam (modulverantwortlich)		Lehr- und Lernformen	Umfang (SWS)
Design im gesellschaftlichen Diskurs		Dr. Heike Hümme		V	4
Dieses Modul wird für folgende Studiengänge verwendet: MD					
Inhalte					
<u>Design im gesellschaftlichen Diskurs:</u>					
<ul style="list-style-type: none"> - Aufgabe und Verantwortung des Designs in Zeiten der Globalisierung - Kreativität vor dem Hintergrund einer gesellschaftlich-lebenswerten sowie ökologischen Welt - Auseinandersetzung mit theoretischen Denkmodellen, u.a. Lucius Burckhardt Promenadologie - Design der Zeit, der Zukunft als Problemlösung komplexer, realer Fragestellungen, die nicht ausschließlich mit Gestaltung auf einzelne Kundenwünsche oder auf Symptome der sich verändernden Umwelt reagiert 					
Lernziele und zu vermittelnde Kompetenzen					
<u>Design im gesellschaftlichen Diskurs:</u>					
Die Studierenden erschließen sich auf der Grundlage des vermittelten, ausführlichen Basiswissens die veränderte Rolle des Designs in der Gesellschaft. Sie beobachten und analysieren sowohl den gesellschaftlichen Wandel als auch die veränderte Rolle des Designs.					
Die Studierenden bewerten Design und Designprozesse im Kontext ganzheitlicher, verantwortungsbewusster und nachhaltiger gesellschaftlicher Anforderungen. In Bezug auf diese Aspekte reflektieren die Studierenden kritisch ihre eigenen kreativen Entwurfsprozesse.					
Der Austausch über den Status quo und über Potenziale des Designs der Zukunft geht letztlich auch mit der Aneignung methodischer Lösungskompetenz einher, durch die sie den sich verändernden Anforderungen an das heutige und zukünftige Design mit innovativen Lösungsvorschlägen begegnen können.					
Literatur und Arbeitsmaterialien					
<u>Design im gesellschaftlichen Diskurs:</u>					
Banz, Claudia [Hg.]: Social Design. Gestalten für die Transformation der Gesellschaft. Bielefeld 2016					
Blumenthal, Silvan: Lucius Burckhardt Design ist unsichtbar. Entwurf, Gesellschaft und Pädagogik. Berlin 2012					
Borries, Friedrich von Kasten, Benjamin: Stadt der Zukunft - Wege in die Globalopolis. Frankfurt/Main 2019					
Borries, Friedrich von: Weltentwerfen. Eine politische Designtheorie. Berlin 2017					
Edelmann, Klaus Thomas Terstiege, Gerrit [Hg.]: Gestaltung denken. Basel 2010					
Eisele, Petra Bürdek, Bernhard E.: Design, Anfang des 21. JH: Diskurse & Perspektiven. Ludwigsburg 2011					
Moebius, Stephan Prinz, Sophia: Das Design der Gesellschaft. Zur Kulturosoziologie des Designs. Bielefeld 2012					
Museum für Gestaltung Zürich [Hg.]: Social Design: Partizipation und Empowerment. Zürich 2018					
Pfeffer, Florian: To Do: Die neue Rolle der Gestaltung in einer veränderten Welt. Mainz 2014					

2. Semester

MDMA5 Design und Wirtschaft

Nr.: MD MA 5	Pflichtmodul: Design und Wirtschaft	Sprache: deutsch		Credits: 6
		Häufigkeit: jährlich im SS		Semesterlage: 2
		Workload: 180 h		Prüfungsform: KL90 / HA
	Voraussetzungen für die Teilnahme: keine	Präsenz: 56 h	Selbststudium: 124 h	
Veranstaltungen		Dozent/Dozententeam (modulverantwortlich)	Lehr- und Lernformen	Umfang (SWS)
Medienrecht		Dipl.-Jur. Reinmar Schmidt	V	2
Designmanagement		Prof. Interaktive Medien (N.N.)	V	2
Dieses Modul wird für folgende Studiengänge verwendet: MD				
Inhalte <u>Medienrecht:</u> <ul style="list-style-type: none"> - juristisch relevante unternehmerische Prozesse mit Blick auf die Verantwortung des Designers/der Designerin als Schnittstelle zwischen Design und Management, zwischen Kreation und Business - Medienrecht in Presse, Rundfunk und Multimedia - Das Internet als rechtsfreier Raum? Europäische und globale Medienrechtsvernetzung - Persönlichkeitsrechte in Medien <u>Designmanagement:</u> <ul style="list-style-type: none"> - Ideen im Design als Unterstützung und Stärkung der Unternehmensvision - wirtschaftliche Prozesse und unternehmerische Strategien im Kontext zu innovativen Designstrategien - neue crossmediale Kommunikationsformate 				
Lernziele und zu vermittelnde Kompetenzen <u>Medienrecht:</u> Die Studierenden kennen designrelevante Wirtschaftstermini und ordnen komplexe Unternehmens-Sachverhalte strategisch richtig ein. Sie diskutieren die Rolle des Designs als Unterstützung und Stärkung der Unternehmensvision, da sie aktuelle Kommunikationsformate kennen und auf der Grundlagenvermittlung wirtschaftlicher Prozesse und unternehmerischer Strategien kritisch hinterfragen.				
<u>Designmanagement:</u> Aus dem erarbeiteten Verständnis, dass Design, Produktion und Marketing als eine Einheit zu verstehen ist, entwickeln die Studierenden eigene, crossmediale Formate zur zukünftig besseren Kommunikation. Studierende erkennen eventuelle medienrechtliche Widersprüche oder Gefahrenquellen für ihren Arbeitsbereich und können diese abwenden.				
Literatur und Arbeitsmaterialien <u>Medienrecht:</u> Barton, Dirk-Michael: Multimediarecht. Stuttgart 2010 Fechner, Frank: Medienrecht: Lehrbuch des gesamten Medienrechts unter besonderer Berücksichtigung von Presse, Rundfunk und Multimedia. Tübingen 2019 Heinemann, Andreas: Patent- und Designrecht: Textausgabe zum deutschen, europäischen und internationalen Patent-, Gebrauchsmuster- und Designrecht. München 2018 Homann, Hans Jürgen: Praxishandbuch Filmrecht: ein Leitfaden für Film-, Fernseh- und Medienschaffende. Berlin 2009				

Homann, Hans-Jürgen: Praxishandbuch Musikrecht: ein Leitfaden für Musik- und Medienschaffende. Berlin 2007

Jänich, Volker Michael | Eichelberger Jan: Urheber- und Designrecht. Stuttgart 2019

Kobuss, Joachim: Erfolgreich als Designer: Designrechte international schützen und managen. Basel 2017

Koch, Uwe / Otto, Dirk / Rüdlin, Mark: Recht für Grafiker und Webdesigner: Verträge, Schutz der kreativen Leistung, Selbstständigkeit, Versicherungen, Steuern. Bonn 2012

Loef, Robert: Zum Spannungsfeld zwischen Medienfreiheit und Persönlichkeitsschutz: Unterhaltungsöffentlichkeit und privates Medienrecht. Baden-Baden 2009

Designmanagement:

Brauer, Gernot: Erfolgsfaktor Design-Management: ein Leitfaden für Unternehmer und Designer. Basel 2007

Cooper, Rachel | Junginger, Sabine | Lockwood, Thomas: The handbook of design-management. London 2017

Hensel, Daniela: Understanding Branding: Strategie- und Designprozesse verstehen und anwenden. München 2015

Kern, Ulrich und Petra: Designmanagement: die Kompetenzen der Kreativen. Hildesheim/Zürich 2005

Stone, Terry Lee: Designmanagement: So realisieren Sie Ihre Konzepte. München 2011

MDMA6 Medienkonzeption Theorie

Nr.: MD MA 6	Pflichtmodul: Medienkonzeption Theorie	Sprache: deutsch		Credits: 6		
		Häufigkeit: jährlich im SS		Semesterlage: 2		
	Workload: 180 h		Prüfungsform: HA / KL90			
	Voraussetzungen für die Teilnahme: keine		Präsenz: 56 h	Selbststudium: 124 h		
Veranstaltungen		Dozent/Dozententeam (modulverantwortlich)		Lehr- und Lernformen	Umfang (SWS)	
Medienkonzeption Theorie		Prof. Kommunikationsdesign (N.N)		S	4	
Dieses Modul wird für folgende Studiengänge verwendet: MD MA						
Inhalte						
<u>Medienkonzeption Theorie:</u>						
<ul style="list-style-type: none"> - Projektanalyse Reflektion und Diskussion - Gestaltungskompetenz & Ästhetik - Farbphysiologie - Wahrnehmungsphysiologie - Kreativität - Gestalt-Theoretisches Wissen - Analytische Methoden - Abstraktionsfähigkeit - Projektmanagement - Vermittlungs- und Kommunikationskompetenz 						
Lernziele und zu vermittelnde Kompetenzen						
<u>Medienkonzeption Theorie:</u>						
Die Studierenden beherrschen die fachspezifische Identifikation bestehender Gestaltungs- und Umsetzungsprobleme, sie sind in der Lage fachlich angrenzende Kompetenzen zu erkennen, im Team zu erörtern und entsprechend zu verorten. Die Studierenden lernen die kreativen Möglichkeiten einer Konzeptentwicklung eines größeren crossmedialen Projektes im Team ausschöpfen, ein Lösungs- und anwendungsorientiertes Konzept zu entwickeln und über dezentrale Projektvernetzung zu kommunizieren und zu arbeitsteilig vorzugehen. Dabei werden Konfliktpotenziale in Zusammenarbeit mit anderen gelöst und die Entwürfe während des Prozess immer wieder im Team präsentiert. Die eigenständige Position entsteht nach einer vertieften Recherche und ausführlicher Kenntnis des zugehörigen Design-Diskurses.						
Literatur und Arbeitsmaterialien						
<u>Medienkonzeption Theorie:</u>						
Ambrose, G.: Design th!nking: Fragestellung, Recherche, Ideenfindung, Prototyping, Auswahl, Ausführung, Feedback. München 2013						
Breidenich, C.: Design - Ästhetik, Kommunikation, Interaktion. Heidelberg 2010						
Eppler, Martin J.: Creability: gemeinsam kreativ - innovative Methoden für die Ideenentwicklung in Teams. Stuttgart 2014						
Hüther, Gerald: Die Macht der inneren Bilder: Wie Visionen das Gehirn, den Menschen und die Welt verändern. Göttingen 2015						
Jäckel, M.: Medienwirkungen kompakt, Wiesbaden. 2019						
Lochner, D.: Storytelling in virtuellen Welten, Lochner, David 2014						
Mahrtdt, N.: Crossmedia: Werbekampagnen erfolgreich planen und umsetzen. Wiesbaden 2013						
Pricken, Mario / Klell, Christine: Kribbeln im Kopf. Kreativitätstechniken & Brain-Tools Für Werbung & Design. Mainz 2010						

Pricken, Mario: Die Aura des Wertvollen: Produkte entstehen in Unternehmen, Werte im Kopf. 80 Strategien. Erlangen 2014
Wyngaarden, E. van.: Digitale Formatentwicklung: nutzerorientierte Medien für die vernetzte Welt. Köln 2018

MDMA7 Medienkonzeption Praxis

Nr.: MD MA 7	Pflichtmodul: Medienkonzeption Praxis	Sprache: deutsch		Credits: 12	
		Häufigkeit: jährlich im SS		Semesterlage: 2	
		Workload: 360 h		Prüfungsform: PA	
	Voraussetzungen für die Teilnahme: keine	Präsenz: 112 h	Selbststudium: 248 h		
Veranstaltungen (Wahl: 2 aus 3)		Dozent/Dozententeam (modulverantwortlich)		Lehr- und Lernformen	Umfang (SWS)
AV-Design/Bewegtbild I		Prof. Jutta Tränkle		L	4
Animation/Games I		Prof. Melanie Beisswenger / Prof. Games		L	4
Kommunikationsdesign/Interaktive Medien I		Prof. <u>Kommunikationsdesign</u> / <u>Prof. Interaktive Medien</u>		L	4
Dieses Modul wird für folgende Studiengänge verwendet: MD MA					
Inhalte					
<u>AV-Design/Bewegtbild I:</u>					
<ul style="list-style-type: none"> - Künstlerische Konzeptentwicklung: Zeitgenössische Medienentwicklung - Geschichte der Bewegtbildmedien - Aufnahmetechniken Film, AR, VR, und deren Vernetzung - Zeitgenössische Anwendungsbeispiele für Bewegtbildmedien: Film, Volumetrischer Film, AR/VR, Eventbereich, Ausstellungsdesign, Lichtdesign, Farbdesign - Marktforschung und gesellschaftliche Relevanz: Vergleichende Konzeptanalyse, Neuromarketing, Wahrnehmungspsychologie, Medienrezeption - Mobilitätsfenster: Interdisziplinäre Konzeptentwicklung, Auslandsaufenthalt/Exkursion 					
<u>Animation/Games I:</u>					
<ul style="list-style-type: none"> - Ideenfindung in Animations- und/oder Games-Kontext - Konzeptbesprechungen und Korrekturen - Concept Art und Character Design - Visual und Look Development - Innovationspotentiale im Kontext der Main-Idea - Interactive Storytelling / transmediales Erzählen - Enviromental Level-Design und Persistenz der Spielwelten - Edutainment-Konzepte - Genrefunktionen und Spielestrategien wie MMORPG, Single-Player - Virtual/Augmented-Reality und Emerging Technologies - Coding von Spielmechaniken - Animationstechniken - Ludologie versus Narratologie - Funktionalität von Spielmechaniken - Prozedurale und vertiefende Animationstechniken - Animation im Dokumentarfilm - Vertiefung 3D-Modelling und Animation 					
<u>Kommunikationsdesign/Interaktive Medien I:</u>					
<ul style="list-style-type: none"> - Ideenfindungsprozesse und inhaltliche Ausrichtung - Inhaltsbasierte Auseinandersetzung, Recherche - Kreativ- und Entwurfsprozess - Variantenbildung 					

- Vertiefende Betrachtung Komposition
- Projektspezifische Schrift-Bildsprachen/Wirkung
- Crossmediales Publizieren
- Analyse- und Auswertung
- Planung: Produktionsablauf Prepress und co.
- Teamstrukturen und Prozesse der Arbeitsteilung
- Kommunikation und Diskussion

Lernziele und zu vermittelnde Kompetenzen

Die Studierenden werden in diesem Modul ein komplexes Medienprojekt im Bereich der Audiovisuellen Medien/Bewegtbild und/oder Animation/Games und/oder Kommunikationsdesign konzipieren. Dabei dürfen zwei aus drei Teilmodulen gewählt werden. Die Studierenden verfügen über die Fähigkeit, ein neues Projektthema im jeweiligen Bereich zu entwickeln, in den gestalterischen und konzeptionellen Kontext einzuordnen und in crossmediale Vernetzung mit ihren gewählten Zweitfächern zu transferieren. Sie sind in der Lage individuelle Gestaltungspotentiale, Wissensbereiche und Erfahrungen in konkrete Konzeptionsarbeit zu übersetzen, dabei spielen sowohl die Einschätzung und Einordnung der gestalterischen Fach- und Eigenkompetenzen eine Rolle als auch die Fähigkeit Konzepte mit Lösungs- und anwendungsorientierten Ansätzen im Team zu entwickeln. Die Studierenden verdeutlichen die interdisziplinären Bezüge des Projektentwurfes und vertiefen ihre Wahrnehmungs-, Diskurs- und Präsentationsfähigkeiten.

AV-Design/Bewegtbild I:

Die Studierenden konzipieren ein Audiovisuelles Medienprojekt im Bereich der zeitbasierten oder immersiven Medien und werden dabei von den Lehrenden entsprechend moderativ begleitet. Mit ihren individuellen Gestaltungspotentialen, Erfahrungen und Vorlieben im Bereich der audiovisuellen Medien entwerfen sie ein komplexes Projekt individuell und im Team. Die Studierenden sind in der Lage aus dem fachspezifischen Angebot ihre selbsteingeschätzten Kompetenzen zu vertiefen. Hierzu werden seitens des Lehrenden Vertiefungsschwerpunkte angeboten, je nach aktueller Medienentwicklung vom transmedialen Storytelling bis zur zeitgenössischen Film- und Soundkonzeption und im Bereich der VR- / AR- Schnittstelle. Die Studierenden verfügen bereits über ein Repertoire aufnahmetechnischer und softwarebasierter Fähigkeiten, die sie vorausschauend zur Arbeitsorganisation in ihre Konzeption einbetten können. Darüber hinaus werden angepasst an die Projektvorhaben Wahlpflichtfächer mit vertiefenden Angebote im Bereich der Aufnahmetechniken und Softwarekenntnisse in Prä-, Produktion und Postproduktion offeriert, die die Studierenden im Hinblick auf die bevorstehende Projektrealisation wahrnehmen können. Ziel ist die eigenständige Entwicklung eines audiovisuellen Bewegtbildkonzeptes mit transdisziplinärem Charakter, das bis zur Präsentationsreife vorbereitet und realisierbar ist. Vor einem Auditorium überzeugen die Studierenden mit einem „Pitching“ ihr Projekt potentielle Auftraggeber.

Animation/Games I:

Die Studierenden erwerben in diesen Wahlpflichtfächern elaborierte und anwendungsorientierte Kenntnisse und Fähigkeiten in der Entwicklung und Konzeption von Inhalten im Bereich von Games, Edutainment, und 2D/3D-Animation. Die Studierenden planen und konzipieren ein Medienprojekt, das sie im 3. Semester des Studiengangs im Modul Medienrealisierung in ein funktionales und anwendungsbezogenes Werk umsetzen. Die Studierenden entwickeln dabei ein Konzept, das sich aus den konstruktiven und prozesshaften Abläufen und Phasen der Designentwicklung speist. Die Schwerpunkte dieses Gestaltungsprozesses liegen dabei für die Studierenden u. a. auf der Beherrschung der Aspekte der Konzeption von Animations- und Games-Content, dem Coding von Spielmechaniken, der dramaturgischen Struktur, des Charakterdesigns, des elaborierten Umgangs mit 2D/3D-Animationen und damit verbundenen Design- und Applikationskenntnissen.

Kommunikationsdesign/Interaktive Medien I:

Im Vertiefungsschwerpunkt Kommunikationsdesign entwickeln die Studierenden eigenverantwortlich eine komplexe Medienkonzeption. Sie erhalten die Gelegenheit zum eigenständigen Entwurf eines hochwertigen Produktes und können dabei bisher erworbene theoretische und praktische Kenntnisse aus dem Bereich der visuellen Kommunikation vertiefen und initiieren. Die Studierenden reflektieren in diesem Rahmen sowohl die wiss. Fundierung und Qualität ihres Vorgehens als auch die ihres zu entwerfenden Produktes. Des Weiteren entwickeln sie eigene Anwendungen in thematisch bezogenen Arbeitsgebieten der visuellen Kommunikation wie beispielsweise Corporate Design, Editorial- oder Verpackungsdesign. Durch die Konzeption eines zielgruppenadäquaten Inhaltsangebotes sind die Studierenden befähigt eine zentrale strategische Aufgabenstellung mit folgenden Schritten zu realisieren: fundierte Konzeptentwicklung, Inhaltsrecherche- und aufbereitung, Entwurfsentwicklung und Umsetzungsplanung.

Literatur und ArbeitsmaterialienAV-Design/Bewegtbild I:

Beller, Hans (Hg.): Handbuch der Filmmontage Praxis und Prinzipien des Filmschnitts. München 2005
 Blothner, Dirk, Michael Braun, Gerald Dagit, Thomas Elsaesser, Nina Gerlach [und weitere]: Film | Bild | Emotion: Film- und Kunstgeschichte im postkinematografischen Zeitalter. Berlin 2019
 Bonnemann, Jens: Filmtheorie: Eine Einführung. Stuttgart 2019
 Droste, Heinz W.: Kommunikations-Strategie: Analyse-Methode -Lösungs-Findung - Crossmediale Planung Hückelhoven 2018
 Gage, John: Kulturgeschichte der Farbe: von der Antike bis zur Gegenwart. Leipzig 2009
 Haar, Rebecca: Simulation und virtuelle Welten: Theorie, Technik und mediale Darstellung von Virtualität in der Postmoderne. Bielefeld 2019
 Samuel-Azran, Tal: Intercultural communication as a clash of civilizations: Al-Jazeera and Qatar's soft power. New York/Bern/Frankfurt/Berlin/Wien 2016
 Stein, Werner, Johannes Greiner, Harro Schweizer: Der grosse Kulturfahrplan: die interaktive Enzyklopädie von der Vorzeit bis zur Gegenwart; über 50.000 Daten der Kulturgeschichte; über 100.000 Indexeinträge für schnelle Recherchen in allen Wissensgebieten, über 2.500 Bilder aus dem Archiv für Kunst und Geschichte; über 25 Minuten Filmmaterial aus Wochenschauen, Spielfilmen, Nachrichten, über 110 Minuten Musikbeispiele und Original-Tonaufnahmen aus dem Deutschen Rundfunkarchiv. München 1996. Zeittafel 1999.

Animation/Games I:

Adams, Ernest / Dormans, Joris: Game Mechanics: Advanced Game Design. 2012
 Co, Phil: Level Design for Games: Creating Compelling Game Experiences. 2006
 Hagner, Michael / Kerner, Ina / Thomä, Dieter: Theorien des Computerspiels. Hamburg 2012
 Hingham, Paul: Game Design: A practical approach. Schuytema 2006
 Hink, Heimer: Professional Game Development. München 2006
 Kerlow, Isaac V.: The Art of 3D-Computer Animation and Effects. Hoboken 2009
 Korgel, Daniel: Virtual Reality-Spiele entwickeln mit Unity®: Grundlagen, Beispielprojekte, Tipps & Tricks. München 2018
 Lochner, David: Storytelling in virtuellen Welten. Köln 2014
 Medien Netzwerk Bayern Story Now: Ein Handbuch für digitales Erzählen. München 2016
 Rall, Hannes: Animationsfilm – Konzept und Produktion (Praxis Film 77). Konstanz 2015
 Robertson, Scott: How to Design: Concept Design Process, Styling, Inspiration, and Methodology. Diamond Book Distributors 2019
 Schell, Jesse: The Art of Game Design: A Book of Lenses. Burlington/Massachusetts 2014²
 Salen, Katie: Rules of Play: Game Design Fundamentals. Cambridge/Massachusetts 2003
 Selby, Andrew: Animation in process. London 2009
 Stoneham, Bill: How to Create Fantasy Art for Video Games: A Complete Guide to Creating Concepts, Characters, and Worlds. New York 2010
 Zabiegly, Matthias: 3D-Animationen: Grundlagen, Konzepte, Methoden. Saarbrücken 2007
 Zerbst, Stefan / Düvel, Oliver: 3D-Spieleprogrammierung Kompendium. München 2005
 Zeitschrift: digital production

Kommunikationsdesign/Interaktive Medien I:

Bühler, P.: Printdesign: Entwurf - Layout – Printmedien. Heidelberg 2018
 Burkhardt, R.: Printdesign das umfassende Handbuch. Bonn 2019
 Cairo, A.: The functional art: an introduction to information graphics and visualization. Berkeley 2013
 Caldwell, C.: Editorial design: digital and print. London 2014
 Choi, D.: Editorial Design. Choi's Gallery 2014
 Forssmann, F; Willberg H. P.: Lesetypografie. Mainz 2010
 Franchi F.: Designing News: Changing the World of Editorial Design and Information Graphics. Berlin 2013
 Gläser H.; Wachsmuth, N.; Editorial Design - Magazingestaltung. Grünwald 2013
 Grandt, Anke: Visualisierte Kommunikation: grafische Elemente, Typografie und Layout. Haan-Gruiten 2016
 Hickmann, F. M.: Von erfolgreichen Designern lernen: schauen Sie hinter die Kulissen bekannter Agenturen; Inspiration, Anregung, Wissensvorsprung; Trends und Standards im Grafikdesign. Bonn 2014
 Katz, J.: Designing Information. Hoboken 2012
 Maxbauer, R; Maxbauer, A.: Praxishandbuch Gestaltungsraster: Ordnung ist das halbe Lesen. Mainz 2003
 Pricken, Mario / Klell, Christine: Kribbeln im Kopf. Kreativitätstechniken & Brain-Tools Für Werbung & Design. Mainz 2010
 Pricken, Mario: Die Aura des Wertvollen: Produkte entstehen in Unternehmen, Werte im Kopf. 80 Strategien. Erlangen 2014

Rossant, C.: Jupyter Interactive Computing and Visualization Cookbook, Second Edition: Over 100 hands-on recipes to sharpen your skills in high-performance. Birmingham 2018
Roberts, L.: Raster - Kreative Lösungen für Grafikdesigner. München 2013

MDMA8 Wahlpflichtfach I

Nr.: MD MA 8	Pflichtmodul: Wahlpflichtfach I	Sprache: deutsch		Credits: 6
		Häufigkeit: jährlich im SS		Semesterlage: 2
		Workload: 180 h		Prüfungsform: PA / PR / EW / HA
	Voraussetzungen für die Teilnahme: keine	Präsenz: 56 h	Selbststudium: 124 h	
Veranstaltungen (Wahl: 2 aus 5)		Dozent/Dozententeam (modulverantwortlich)	Lehr- und Lernformen	Umfang (SWS)
Aufnahmetechniken		LfbA Audiovisuelle Medien	S	2
Englisch für Designer		NN	S	2
Character Animation		Prof. Melanie Beisswenger	S	2
Typografie		Dr. des. Berit Andronis	S	2
Sounddesign		LfbA Audiovisuelle Medien	S	2
Dieses Modul wird für folgende Studiengänge verwendet: MD MA				
Inhalte				
<u>Aufnahmetechniken:</u>				
<ul style="list-style-type: none"> - Optik - physikalisch und ästhetisch - Kamerabewegung, Drohne, Griptechnik - Highend-Kameratechnik und Zubehör - aktuelle Leuchtmittel - Bildästhetik und -komposition - Lichtkomposition - Stereo-Tonaufnahme - Studioaufnahme - Kalkulation und Equimentliste 				
<u>Englisch für Designer:</u>				
<ul style="list-style-type: none"> - Fachbegriffe und Designvokabular - Fortgeschrittene Grammatik - Begegnung mit verschiedenen Vortragssituationen und Zielgruppen auf Englisch - Präsentation und Pitch, Kunden- und Verkaufsgespräche - Diskussionsrunden 				
<u>Character Animation:</u>				
<ul style="list-style-type: none"> - Animationstechniken - Bewegungsanalyse und -referenzen - Planung, Blocking und Polishing von Animation - Einführung in das Schauspiel - Gesichtsanimation 				
<u>Typografie:</u>				
<ul style="list-style-type: none"> - Analyse/Entwurf und Reflektion - Bildhafte und experimentelle Typografie - Angewandte Typografie - Kinetische Typografie - Typen und Typografen 				

Sounddesign:

- Atmos, Effekte, Spezialeffekte
- Endmischung und Mastering: Mono, Stereo, Surround
- Dramaturgische Verdichtung, Akzente, Dynamik, Leitmotivik
- Analyse von Sounddesign in Medienproduktionen
- Integration von Sounddesign-Konzepten in Medienprojekten

Lernziele und zu vermittelnde KompetenzenAufnahmetechniken:

Die Studierenden vertiefen und üben den Umgang mit dem aktuellen Kamera- und Tonequipment, dem Zubehör und den neuesten Leuchtkörpern. Neben der Aktualisierung auf den neuesten Stand der Technik und den Trends der Film- und immersiven Medienbranche lernen die Studierenden parallel zu ihrer Konzeptentwicklung die adäquate Technik für ihr Projekt einzuschätzen und zu planen. Sie erstellen branchenübliche Kalkulationen, transferieren dramaturgische Ideen in die praktische Wahl der Aufzeichnungstechnik und stellen projektrelevante Equipmentlisten zusammen.

Englisch für Designer:

Die Studierenden beherrschen den Grundwortschatz des Designenglisch und können sowohl mündlich als auch schriftlich diesen situationsgerecht anwenden. Durch ein intensives Training sind sie in der Lage Kommunikationssituationen im gestaltungsspezifischen Kontext z.B. in Teamdiskussionen, am Telefon, im Schriftverkehr, in Präsentation, in Vorstellungsgesprächen und in Pitches einzusetzen.

Character Animation:

Die Studierenden erlernen und vertiefen im Wahlfach Character Animation die theoretischen und praktischen Grundlagen der Animationsprinzipien und des Animationsdesigns von der Pose zur Bewegung, sowie die interdisziplinären Anwendungsaspekte. Des Weiteren stehen das Thema Schauspiel und Performance, Gesichtsanimation und die Interpretation von Dialog im Mittelpunkt. Das Erlernen der Prinzipien und Konzepte der Charakter Animation steht dabei im Vordergrund, nicht primär die Technik oder die verwendete Software selbst. Anhand von Skizzen, Video Referenzen, Blocking und Splining erarbeiten die Studierenden ihren eigenen Workflow und eine individuelle Umsetzung der Animationsidee.

Typografie:

Studierende sind in der Lage, Schriften zu unterscheiden und je nach Einsatzzweck bewusst einzusetzen. Sie erkennen die Bewertungskriterien guter Schriftgestaltung und wissen um die Möglichkeiten, komplexe Präsentationen im korrespondierenden Umfeld umzusetzen und können die notwendigen Schritte für erfolgreiche medien- und zielgruppengerechte Vermittlung von Inhalten in vernetzten Umgebungen umsetzen. Sie entwickeln ein Gefühl für die Gestaltung von Typografien, Technologien der Schrifterstellung, digitale Manipulation und Erstellung von Schrift, Schrift und Typografie im virtuellen und physischen Raum (2D/3D), gezielte Verwendung von Analogien zur Schriftgestaltung, Wirkung und Anwendung von Schrift im zeitlichen und räumlichen Kontext. Erstellung komplexer Konzepte für analoge und digitale Produkte, Interaktive Typografie.

Sounddesign:

Die Studierenden erweitern ihre Kenntnisse der Tongestaltung und der Tonaufzeichnung im Wahlpflichtfach Sounddesign. Sie vertiefen den Umgang mit Tönen, Geräuschen, Musik und Productionsounds im Verhältnis zum visuellen Medium. Dabei setzen sie sich mit dem dramaturgischen Einsatz und audiovisuellen Konzepten und Klangcollagen auseinander. Die Studierenden experimentieren mit Geräuschen, die sie selbst analog oder digital kreieren. Sie bearbeiten die Klangquellen bei der Tonmischung und Postproduktion von AV-Material wie es z.B. in der Peripherie von Studioproduktionen entsteht. Dabei können sie auch die Möglichkeiten der Synchronaufnahme- oder Sprechertextaufnahme nutzen. Die Studierenden professionalisieren den Umgang mit digitalen Audio-Mischpulten, Audio-Workstations und vertiefen ihre Kenntnisse mit Sound-Applikationen, wie Protools oder Soundtrack Pro.

Literatur und ArbeitsmaterialienAufnahmetechniken:

Bender, Hendrik, Tristan Thielemann: Medium Drohne. Die Praxistheorie fliegender Kameras. Bielefeld 2019
 Gockel, Tilo: Die Neue Fotoschule: Von den Grundlagen zur Fotopraxis. Heidelberg 2018
 Jähne, Bernd: Digitale Bildverarbeitung und Bildgewinnung. Heidelberg 2012⁷
 Kapp, Hans-Jörg: Motion Picture Design: Filmtechnik, Bildgestaltung und emotionale Wirkung. München 2019

Keller, Max, Johannes Weiß, Ulrike Brandi: Faszination Licht: Licht auf der Bühne. München, Berlin 2010⁴
Mors, Ulrich: Das Sony PXW-FS7 Praxishandbuch. Norderstedt 2016
Rädlein, Henning (Hg.), Mark Hope-Jones: The filmmaker's view: 100 Years of ARRI. München 2017
Ottersbach, Beatrice /Thomas Schadt (Hg.): Filmlehren: ein undogmatischer Leitfadens für Studierende. Berlin 2013
Zeitschriften: Film & TV, Kameramann, 69. Jg. Ulm 2019 Professional Production, Technologie und Medienrealisation in Film und Video. Wiesbaden 2019

Englisch für Designer:

Deutsche Nationalbibliothek: Business English for beginners. Leipzig 2019
Förster, Lisa: Business English. Alle wichtigen Vokabeln und Redewendungen für den Job. Freiburg 2018
Wokersien, Telse: Business-Englisch. Sicher sprechen und schreiben. Schnelle Hilfe für jede Situation. Die wichtigsten Redensarten. München 2006
Wokersien, Telse: Business Englisch. München 2012

Character Animation:

Bancroft, Tom: Character Mentor: Learn by example to use Expressions, Poses, and Staging to bring your Characters to Life. New York 2012
Blättermann, Maik: Grundlagen der 3D-Charakterentwicklung und Animation: Von der Skizze zur dreidimensionalen Figur. Saarbrücken 2010
Jones, Angie: Thinking Animation: Bridging the Gap Between 2D and CG. Boston 2006.
Heller, Sabine: Charakter-Animation in Film und Fernsehen: Analyse und Entwicklung von zwei- und dreidimensionalen Charakteren. München 2009
Rodriguez, David: Animation Methods: The Only Book You'll Ever Need. Create Space Independent Publishing Platform, 2012.
Williams, Richard: The Animator's Survival Kit. New York 2012.

Typografie:

Forssman, F.: Detailtypografie. Mainz 2014
Grandt, Anke: Visualisierte Kommunikation: grafische Elemente, Typografie und Layout. Haan-Gruiten 2016
Korthaus, C.: Typografie für alle: überzeugen Sie mit guter Schrift. Bonn 2019
Kuckenburger, M.: Eine Welt aus Zeichen: die Geschichte der Schrift. Darmstadt 2015
Maxbauer, A.: Praxishandbuch Gestaltungsraster: Ordnung ist das halbe Lesen. Mainz 2003
Osterer, H.: Adrian Frutiger - Schriften: das Gesamtwerk. Basel 2014
Robinson, A.: Bilder, Zeichen, Alphabete: Die Geschichte der Schrift. Darmstadt 2013
Rothenstein, J.: Abz: im Bann der Buchstaben; typografische Fundstücke aus der Zeit der Elementaren Typographie. Mainz 2003
Ruder, E.: Typographie: ein Gestaltungslehrbuch. Sulgen 2009
Sauthoff, D.: Schriften erkennen: eine Typologie der Satzschriften für Studenten, Grafiker, Setzer, Kunsterzieher und alle PC-User. Mainz 2014
Wageningen, M.: Color and type: mehrfarbige Multi-Layer-Schriften entwerfen und anwenden: die Zukunft der Typografie ... ist bunt. Mainz 2019
Willberg, H., P.: Lesetypografie. Mainz 2010
Wittner, B.: Bi-Scriptual: typography and graphic design with multiple script systems. Salenstein 2019

Sounddesign:

Ahlers, Michael / Grünwald-Schukalla, Lorenz / Lücke, Martin / Rauch, Matthias (Hg.): Big Data und Musik. Jahrbuch für Musikwirtschafts- und Musikkulturforchung 1/2018. Wiesbaden 2019
Bronner, Kai/Hirt, Rainer (Hg.): Audio-Branding: Brands, Sound and Communication. Baden-Baden 2009
Flückiger, Barbara: Sound-Design: Die virtuelle Klangwelt des Films. Marburg 2010
Görne, Thomas: Sounddesign: Klang Wahrnehmung Emotion. München 2017
Lensing, Jörg U.: Sound-Design, Sound-Montage, Soundtrack-Komposition – Über die Gestaltung von Filmton. Berlin 2018³
Kaltenhäuser, Yasmin: Weltweit audiovisuell werben: kulturspezifische Aspekte hinsichtlich der thematischen und musikalischen Gestaltung am Beispiel des Konzerns Coca-Cola. Hamburg 2018
Purcell, John: Dialogue Editing for Motion Pictures - A Guide to the Invisible Art. Amsterdam 2007
Raffaseder, Hannes: Audiodesign. München 2010
Steppat, Michael / Schmidt, Ulrich (Hg.): Audioprogrammierung: Klangsynthese, Bearbeitung, Sounddesign. München 2014
Watkinson, John: The Art of Digital Audio. Oxford 2005

Zeitschriften: Film & TV, Kameramann, 69. Jg. Ulm 2019 Professional Production, Technologie und Medienrealisation in Film und Video. Wiesbaden 2019

3. Semester MDMA9 Design und Ästhetik

Nr.: MD MA 9	Pflichtmodul: Design und Ästhetik	Sprache: deutsch		Credits: 6	
		Häufigkeit: jährlich im WS		Semesterlage: 3	
		Workload: 180 h		Prüfungsform: KL90 / HA	
	Voraussetzungen für die Teilnahme: keine	Präsenz: 60 h	Selbststudium: 120 h		
Veranstaltungen		Dozent/Dozententeam (modulverantwortlich)		Lehr- und Lernformen	Umfang (SWS)
Design und Ästhetik		Dr. Heike Hümme		V	4
Dieses Modul wird für folgende Studiengänge verwendet: MD					
Inhalte					
<u>Design und Ästhetik:</u> <ul style="list-style-type: none"> - Design im Spagat zwischen ökonomischen Interessen des Auftraggebers und der künstlerischen Gestaltungsfreiheit eines Designers einer Designerin - Fähigkeit des Designs zu emotionalisieren, einschließlich ästhetisch-ethischer Bewertungsmaßstäbe, die u.a. abhängig sind von Geschlecht, Alter, sozialer Zugehörigkeit, sozialem Umfeld sowie von der physiognomischen wie psychologischen Konstitution des Einzelnen - „Gutes“ Design versus „richtiges“ Design - visuelle Wahrnehmung, darunter u.a. Farbpsychologie, Wahrnehmungspsychologie - Möglichkeiten der Digitalität [VR, Augmented Reality etc.], und wie diese die Ästhetik der Bildwelten und deren visuelle Wahrnehmung verändert 					
Lernziele und zu vermittelnde Kompetenzen					
<u>Design und Ästhetik:</u> Die Studierenden vertiefen ihr Wissen über ästhetische Grundlagen, indem sie sich verstärkt mit der Entwicklung und Differenzierung der (eigenen) Wahrnehmung befassen. Derart sensibilisiert, öffnen sie sich Fragen der veränderten Anforderungen an ihren kreativen Schaffensprozess. Sie berücksichtigen in ihren eigenen Entwürfen die Anforderungen an eine multisensorische Ansprache und finden eigene, persuasive Kommunikationswege in digitalen und analogen Medien, die ästhetischen Maßstäben gerecht werden.					
Literatur und Arbeitsmaterialien					
<u>Design und Ästhetik:</u> Arnold, Florian: Philosophie für Designer. Stuttgart 2016 Arnold, Florian: Logik des Entwerfens: eine designphilosophische Grundlegung. Paderborn 2018 Fiell, Charlotte & Peter: Design des 20. Jahrhunderts. Köln 2016 Heimann, Monika: Wie Design wirkt. Bonn 2017 Heinrich, Michael: Metadisziplinäre Ästhetik. Eine Designtheorie visueller Deutung und Zeitwahrnehmung. Bielefeld 2019 Maldonado, Tomas: Digitale Welt und Gestaltung. Basel 2007 Schweppenhäuser, Gerhard: Design, Philosophie und Medien. Perspektiven einer kritischen Entwurfs- und Gestaltungstheorie. Wiesbaden 2019 Selle, Gert: Geschichte des Designs in Deutschland. Frankfurt/Main 2007					

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		Dozent/Dozententeam (modulverantwortlich)		Lehr- und Lernformen	Umfang (SWS)
Medienrealisierung Theorie		Prof. Melanie Beisswenger		S	4

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

MDMA11 Medienrealisierung Praxis

Nr.: MD MA 11	Pflichtmodul: Medienrealisierung Praxis	Sprache: deutsch		Credits: 12	
		Häufigkeit: jährlich im WS		Semesterlage: 3	
		Workload: 360 h		Prüfungsform: PA	
	Voraussetzungen für die Teilnahme: keine	Präsenz: 112 h	Selbststudium: 248 h		
Veranstaltungen (Wahl: 2 aus 3)		Dozent/Dozententeam (modulverantwortlich)		Lehr- und Lernformen	Umfang (SWS)
AV-Design/Bewegtbild II		Prof. Jutta Tränkle		L	4
Animation/Games II		Prof. Melanie Beisswenger Prof. Games (N.N.)		L	4
Kommunikationsdesign/Interaktive Medien II		Prof. Kommunikationsdesign (N.N.) Prof. Int. Medien (N.N.)		L	4
Dieses Modul wird für folgende Studiengänge verwendet: MD					
Inhalte					
<u>AV-Medien II:</u>					
<ul style="list-style-type: none"> - Realisationsbesprechungen und Korrekturen - Präsentationszusammenhänge - Iterative Gestaltungsprozesse - Dramaturgische Strukturen - Drehorganisation und Supervising-Prozesse im Team - Previsualisierung und VFX, Setdesign, Bildkomposition und Lichtgestaltung - Schauspielführung - Postproduction: Editing, Compositing, Sounddesign, Colorcorrection - Formaterstellung für unterschiedliche Distributionen, Marketing / Social Media 					
<u>Animation/Games II:</u>					
<ul style="list-style-type: none"> - Realisationsbesprechungen und Korrekturen - Präsentationszusammenhänge - Dramaturgische Strukturen - Games-Strategies - Iterative Gestaltungsprozesse - Mediaplattformen und Applikationen - Visual Development und Concept Art - Organisation und Teammanagement - Vertiefung Character-Design und Rigging - Developer-Tools - Vertiefung Rendering 					
<u>Kommunikationsdesign/Interaktive Medien II:</u>					
<ul style="list-style-type: none"> - Gruppen- und Einzel-Projektbesprechungen - Betreuung der einzelnen Realisationsphasen - Produktionsbegleitung der relevanten Komponenten - Corporate Design in der Projektentwicklung - Prototypenbildung - Druckvorstufe/ Reinzeichnung - Druck- und Produktionstechnik / Besonderheiten - Präsentation und Reflektion - Projektevaluation 					

Lernziele und zu vermittelnde Kompetenzen

Die Studierenden werden in diesem Modul ein komplexes Medienprojekt im Bereich der Audiovisuellen Medien/Bewegtbild und/oder Animation/Games und/oder Kommunikationsdesign/interaktive Medien konzipieren. Dabei dürfen zwei aus drei Teilmodulen gewählt werden. Die Studierenden verfügen über die Fähigkeit, ein neues Projektthema im jeweiligen Bereich zu entwickeln, in den gestalterischen und konzeptionellen Kontext einzuordnen und in crossmediale Vernetzung mit ihren gewählten Zweitfächern zu transferieren. Sie sind in der Lage individuelle Gestaltungspotentiale, Wissensbereiche und Erfahrungen in konkrete Konzeptionsarbeit zu übersetzen, dabei spielen sowohl die Einschätzung und Einordnung der gestalterischen Fach- und Eigenkompetenzen eine Rolle als auch die Fähigkeit Konzepte mit Lösungs- und anwendungsorientierten Ansätzen im Team zu entwickeln. Die Studierenden machen die interdisziplinären Bezüge des Projektentwurfes deutlich und vertiefen ihre Wahrnehmungs-, Diskurs- und Präsentationsfähigkeiten.

AV-Medien II:

Im Modul »Medienrealisierung Praxis« produzieren und realisieren die Studierenden das im 2. Semester konzeptionierte Medienprojekt im Bereich Audiovisuelle Medien. Die Schwerpunkte liegen dabei für die Studierenden auf der ergebnisorientierten Realisierung und Präsentation des medialen Produkts. Praktische Erfahrungen im Umgang mit dem Gestaltungsmitteln, der Logistik und Strukturierung audiovisueller Medien stehen dabei für sie in diesem Modul im Vordergrund. Die Studierenden berücksichtigen bei der Umsetzung ihres Konzeptes aktuelle Trends der Film- und Videoproduktion, angrenzende interaktive- und crossmediale Anwendungen und entsprechende Arbeitsteilung im Team. Durch die Realisierung eines eigenen Projektes in Drehorganisation und Umsetzung mit professioneller Film- und Studioteknik, dem Umgang mit Editing, Visual Effects und Compositing, Sounddesign und Colorcorrection verknüpfen und reflektieren die Studierenden den Umgang mit den inhaltlichen, konzeptionellen, produktionellen und gestalterischen Anforderungen an ein Bewegtbildprojekt als einen komplexen Prozess. Sie transferieren gemachte Erfahrungen auf Projekt- und Forschungssituationen und entwickeln diese selbständig weiter.

Animation/Games II:

Im Modul »Medienrealisierung Praxis« produzieren und realisieren die Studierenden das im 2. Semester konzeptionierte Medienprojekt im Bereich Edutainment, Games oder Animation. Die Schwerpunkte liegen dabei für die Studierenden auf der ergebnisorientierten Realisierung und Präsentation des medialen Produkts. Praktische Erfahrungen im Umgang mit dem Gestaltungsmitteln und der Logistik und Strukturierung der Medien Animation und Games stehen dabei für sie in diesem Modul im Vordergrund. Sie transferieren gemachte Erfahrungen auf gleichartige/ähnliche Projekt- und Forschungssituationen und entwickeln diese selbständig weiter. Dabei spielen Faktoren der Usability, der Verständlichkeit der Produktionsabläufe und der Expression im Erfahren des Schaffensprozesses eine wichtige Rolle. Durch die Realisierung eines eigenen Projektes mit Applikationen wie z.B. Maya, Z-Brush, Unreal Engine lernen die Studierenden den Umgang mit den inhaltlichen, konzeptionellen, produktionellen und gestalterischen Anforderungen an ein Videospiel /eine Animation und verstehen den Design-Prozess im Hinblick auf die Ausarbeitung bei Animation und Games.

Kommunikationsdesign/Interaktive Medien II:

Mit dem Vertiefungsschwerpunkt Kommunikationsdesign realisiert der Studierende eine anwendungsorientierte Medienproduktion. Die Studierenden können verschiedene Techniken zur Optimierung der bestehenden Entwürfe zielgerichtet einsetzen und weiterentwickeln. Die Studierenden sind in der Lage, Konzepte zur Realisation zu bringen und in differenzierten Aspekten (z.B.: Gestaltung, Kommunikation, Ergonomie) Variantenbildung für ihre Prototypen zu konzipieren und umzusetzen. Nebst Kommunikationsfähigkeiten steigern die Studierenden ihre Kooperations- und Teamfähigkeit sowie ihr Zeit- und Selbstmanagement, welches letztlich der Qualität und Produktionsgeschwindigkeit ihrer Medienproduktion zu Gute kommt. Aufgrund der gewonnenen analytischen und praktischen Fähigkeiten sind sie befähigt die eigene Kreation zu justieren bzw. andere Projekte zu evaluieren.

Literatur und ArbeitsmaterialienAV-Medien II:

Eick, Dennis: Digitales Erzählen - Die Dramaturgie der Neuen Medien. Konstanz/München 2014
Gage, John: Kulturgeschichte der Farbe: von der Antike bis zur Gegenwart. Leipzig 2009
Institut für Immersive Medien (Hg.): Transmedia Storytelling. In: Jahrbuch immersiver Medien. Marburg 2017
Jesper, Petzke: Drehplanung. Köln 2019
Kapp, Hans-Jörg: Motion Picture Design: Filmtechnik, Bildgestaltung und emotionale Wirkung. München 2019

North, Dan: Performing Illusions. Cinema, Special Effects and the Virtual Actor. London 2008
Schadt, Thomas: Das Gefühl des Augenblicks: zur Dramaturgie des Dokumentarfilms. Konstanz/München 2017⁴
Strauch, Thomas / Engelke, Carsten: Filme machen: denken und produzieren in filmischen Einstellungen. Paderborn 2016

Animation/Games II:

3D-Total Publishing; Character Design Quarterly 5: Visual Development / Illustration / Concept Art. La Vergne 2018
Amidi, Amid; Lasseter, John: The Art of Pixar, The complete Color Scripts and select Art from 25 years of Animation. San Francisco 2011
Birn, Jeremy, Lighting and Rendering. Menden 2015³
Distelmeyer, Jan / Hanke, Christine (Hg.): Game over!? Perspektiven des Computerspiels. Bielefeld 2008
Eick, Dennis: Digitales Erzählen - Die Dramaturgie der Neuen Medien. Konstanz/München 2014
Frasca, Gonzalo: Simulation versus Narrative: Introduction to the Ludology. In: Perron, Bernhard Wolf, Mark J.P., The Video Game Theory Reader. New York 2003
Nitsche, Michael: Video Game Spaces. Image, Play and Structure in 3D Worlds. Cambridge/London 2008
Sorg, Jürgen: Figurenkonzepte im Computerspiel, in: Leschke, Rainer / Heidbrink, Henriette (Hg.), Formen der Figur. Figurenkonzepte in Künsten und Medien. Konstanz 2010

Kommunikationsdesign/Interaktive Medien II:

Birkigt, K.: Corporate Identity: Grundlagen, Funktionen, Fallbeispiele. München 2013
Bühler, P.: Printdesign: Entwurf - Layout – Printmedien. Heidelberg 2018
Burkhardt, R.: Printdesign das umfassende Handbuch. Bonn 2019
Forssman, F.: Detailtypografie. Mainz 2014
Grandt, Anke: Visualisierte Kommunikation: grafische Elemente, Typografie und Layout. Haan-Gruiten 2016
Maxbauer, A.: Praxishandbuch Gestaltungsraster: Ordnung ist das halbe Lesen. Mainz 2003
Pricken, Mario / Klell, Christine: Kribbeln im Kopf. Kreativitätstechniken & Brain-Tools Für Werbung & Design. Mainz 2010
Pricken, Mario: Die Aura des Wertvollen: Produkte entstehen in Unternehmen, Werte im Kopf. 80 Strategien. Erlangen 2014
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
Sauthoff, D.: Schriften erkennen: eine Typologie der Satzschriften für Studenten, Grafiker, Setzer, Kunsterzieher und alle PC-User. Mainz 2014
Willberg, H.P.: Lesetypografie. Mainz 2010

MDMA12 Wahlpflichtfach II

Nr.: MD MA 12	Pflichtmodul: Wahlpflichtfach II	Sprache: deutsch		Credits: 6
		Häufigkeit: jährlich im WS		Semesterlage: 3
		Workload: 180 h		Prüfungsform: PA / PR / EW / HA
	Voraussetzungen für die Teilnahme: keine	Präsenz: 60 h	Selbststudium: 120 h	
Veranstaltungen (Wahl: 2 aus 5)		Dozent/Dozententeam (modulverantwortlich)	Lehr- und Lernformen	Umfang (SWS)
Visual Effects		Prof. Games (N.N.)	S	2
Color Grading		Prof. Jutta Tränkle	S	2
Virtuelle Welten		Prof. Interaktive Medien (N.N.)	S	2
Visuelle Orientierungssysteme		Dr. des. Berit Andronis	S	2
Audiomischung		LfbA AV Medien (N.N.)	S	2
Dieses Modul wird für folgende Studiengänge verwendet: MD MA				
Inhalte				
<u>Visual Effects (VFX)::</u>				
<ul style="list-style-type: none"> - Visual Effects und Special Effects - Bluescreen, Greenscreen, Chroma- und Luminanzkey - Ausleuchtung Key-Screen und Objektbeleuchtung - 2D/3D Tracking - Partikelsysteme, volumetrische FX - Drehplanung / Motion Control - Motion Capturing - Mattepainting: Reale und virtuelle Hintergründe, Übergänge - Erweiterung der Softwarekenntnisse 				
<u>Color Grading:</u>				
<ul style="list-style-type: none"> - Farbräume, Farbmodelle (z.B. RGB; HSL) - Farb- und Oberflächenschemata – Wirkung im Film - Kalibrierungssysteme - Farbwahrnehmung und –wirkung - Color Grading Software 				
<u>Virtuelle Welten:</u>				
<ul style="list-style-type: none"> - Virtual- / Augmented Reality - Artificial Intelligence (AI) - Gamification - Interaktive Medien - Adäquate Technologien 				
<u>Visuelle Orientierungssysteme:</u>				
<ul style="list-style-type: none"> - Archaische Beispiele - Leitsysteme im urbanen Umfeld - Leitsysteme in Flughäfen und Bahnhöfen - Leitsysteme in Ausstellung und Event - Zeichensysteme 				

Audiomischung:

- Physikalische Gesetze der Audiowahrnehmung
- Drehort-Vorbereitungen und Aufnahmesituationen
- Tonaufzeichnungsverfahren und -formate
- Physikalische Grundlagen der Audiowahrnehmung
- Wiedergabe-Technik und –Konzepte

Lernziele und zu vermittelnde KompetenzenVisual Effects (VFX):

In diesem Angebot werden Visual Effekte an Schnittstellen der virtuellen Produktion zwischen Filmproduktion und Games verortet. Die Studierenden kennen die Grundlagen der Visual Effekte im Vergleich beider Bereiche Film und Games und sind in der Lage diese anzuwenden. Sie vertiefen und erweitern ihre Kenntnisse im Software- und aufnahmetechnischen Bereich. Die Studierenden setzen sich mit Techniken wie MotionCapturing an der Schnittstelle zu realen vs. virtuellen Welten auseinander und loten die Grenzen und Möglichkeiten visueller Effekte in der aktuellen Film- und/oder Gameproduktion aus. Die Studierenden diskutieren mittels Referate über neue Anwendungsbereiche der expandierenden VFX-Branche, etwa im Bereich des Imagefilms oder bei der Visualisierung technischer oder wissenschaftlicher Prozesse.

Color Grading:

Die Studierenden sind mit den Grundlagen der Farbtheorie vertraut und vertiefen ihre Kenntnisse der Farbgestaltung in Bewegbildmedien anwendungsbezogen mit der gängigen Color Grading-Software wie z.B. Da Vinci. Sie üben den Umgang mit unterschiedlichen Farbräumen, lernen Farb- und Oberflächenschemata im Bewegbild zu nuancieren und schärfen die Farbwahrnehmung- und Wirkung. Sie kreieren den Look eines Bewegbildmediums.

Virtuelle Welten:

In dem Fach Virtuelle Welten erlernen die Studierenden den Umgang mit den neuen Medien, wie beispielsweise Virtual und Augmented Reality und anderen interaktiven und zukunftsweisenden Technologien. Sie werden dazu befähigt eigene Ideenkonzepte zu entwickeln, auszuarbeiten und mit dementsprechenden Medien umzusetzen. Dafür werden Ihnen die entsprechenden Grundlagen in den Bereichen Interactive Design, sowie Soft- und Hardware vermittelt, um eine Basis für deren Projektrealisierung zu schaffen.

Visuelle Orientierungssysteme:

Die Studierenden sind in der Lage Elemente der Signalistik anzuwenden und gestalterische Lösungen für folgende Themen zu entwickeln: räumliche Orientierung von Menschen im komplexen Umfeld (Messegelände, Flughafen, Bahnhof, Schule etc.); Aspekte der Architektur, des Designs, Farbenlehre, Psychologie, Sinneswahrnehmung der Zielgruppe mit ihrer kulturellen Prägung zu kommunizieren. Sie kreieren beispielsweise Präsentationskonzepte vernetzter visueller Informationssysteme; Digital Signage - vernetzte visuelle und digitalisierte Informationen in digitalen Medieninhalten bei Informationssystemen, z.B. elektronische Leitsysteme, Instore Marketing.

Audiomischung:

Die Studierenden kennen die Grundlagen der Live-Tonaufzeichnung am Film- und EB-Set und können diese miteinander vergleichen. Die Studierenden wissen um die Bedeutung einer guten Tonaufzeichnung innerhalb einer AV-Produktion. Dieses Seminar soll bei den Studierenden ein Bewusstsein für eine qualitativ hochwertige Audiogestaltung wecken. Die Studierenden beherrschen die verschiedenen gestalterischen Prozesse und Aufzeichnungstechniken von der Mikrophonierung bis zur Soundbearbeitung. Die Studierenden reflektieren die theoretischen Grundlagen anhand ihres Praxis-Projekts in unmittelbarem Umgang mit dem Audio-Equipment, um für die Anforderungen eines professionellen Handlings im späteren Berufsleben gerüstet zu sein.

Literatur und ArbeitsmaterialienVFX:

Bertram, Sacha: VFX. Konstanz 2005

Brinkmann, Christine N. / Hartmann, Britta (Hg.): Farbe, Licht, Empathie: Schriften zum Film. Marburg 2014

Dummler, Juliane: Das montierte Bild: digitales Compositing für Film und Fernsehen. Konstanz 2010

Gage, John: Colour and Culture. Practice and Meaning from Antiquity to Abstraction. (Kulturgeschichte der Farbe: von der Antike bis zur Gegenwart). Leipzig 2009

Giesen, Rolf: Lexikon der Special Effects.

Hurkman, Alexis van: Color Correction Handbook. Professional Techniques for Video and Cinema. New York 2014²

Keller, Eric: Maya Visual Effects The Innovator's Guide. New York 2013

Keller, Max: Faszination Licht: Licht auf der Bühne. 4. überarb. u. erw. Aufl. München, Berlin, London, New York 2010⁴

Marschall, Susanne: Farbe im Kino. Marburg 2005

Mattingly, David B.: The Digital Matte Painting Handbook. New York 2011

North, Dan: Performing Illusions. Cinema, Special Effects and the Virtual Actor. London 2008

Zotter, Franz, Matthias Frank: Ambisonics: A Practical 3D Audio Theory for Recording, Studio Production, Sound Reinforcement, and Virtual Reality (Springer Topics in Signal Processing) 2019

<http://www.springerlink.com/content/978-3-030-17207-7>

Virtuelle Welten:

Engelmann, Nikolayi: Virtual Reality Gaming: Potential der Technologie für die Welt der digitalen Spiele. 2018

Fictum, Casey: VR UX: Learn VR UX, Storytelling & Design. 100 Pages of VR UX, Design, Sound, Storytelling, Movement & Controls. 2016

Institut für immersive Medien: Interaktive Medien: Interfaces - Netze - Virtuelle Welten. 2016

Knöpfle, Christian: Interaktion in virtuellen Welten. Intuitive Bedienschnittstellen für den Design Review. 2012

Lochner, David: Storytelling in virtuellen Welten. 2014

Peddie, Joe: Augmented Reality: Where We Will All Live. 2017

Springer International Publishing: Augmented Reality and Virtual Reality. The Power of AR and VR for Business. 2019

Stieglitz, Stefan / Lattemann, Christoph / Robra-Bissantz, Susanne / Zarnekow, Rüdiger / Brockmann, Tobias: Gamification. Using Game Elements in Serious Contexts. 2018

Wesley, Addison: Practical Augmented Reality: A Guide to the Technologies, Applications and Human Factors for AR and VR (Usability). 2016

Visuelle Orientierungssysteme:

Aicher, O. R. / Krampen, M.: Zeichensysteme der Visuellen Kommunikation. Hoboken 1996

Bauer, E. / Mayer, D.: Orientation & Identity - Porträts internationaler Leitsystem. New York 2009

Frutiger, A.: Der Mensch und seine Zeichen. Wiesbaden 2016

Jung, C. G.: Der Mensch und seine Symbole. Ostfildern 2018

Klanten, R. / Feireiss, L.: A Touch of Code: Interactive Installations and Experiences. Gestalten 2011

Kling, B.: Signaletik - Orientierung im Raum, München 2013

Meuser, M.; Signaletik und Piktogramme. Handbuch und Planungshilfe. Berlin 2010

Mörsch, C.: Contemporary Curating and Museum Education. Bielefeld 2017

Robertson, M.: Communicating Sustainability, Florence 2018

Rostásy, A.: Handbuch Mediatektur: Medien, Raum und Interaktion als Einheit gestalten. Methoden und Instrumente. Bielefeld 2018

Sauter, J. / Jaschko, S. / Ängeslevä, J.: ART+COM: Medien, Räume und Installationen. Berlin 2011

Stapelkamp, T.: Informationsvisualisierung: Web - Print - Signaletik; erfolgreiches Informationsdesign: Leitsysteme, Wissensvermittlung und Informationsarchitektur. Berlin 2013

Uebele, A.: Schrift im Raum: Visuelle Kommunikation und Architektur. Mainz 1999

Uebele, A.: Signage Systems and Information Graphics: A Professional Sourcebook. London 2010

Vogel, F.: Das Handbuch der Exponatik. Böhlau 2012

Audiomischung:

Ederhof, Andreas: Das Mikrofonbuch: optimaler Einsatz im Studio und auf der Bühne. München 2006²

Friedrich, Hans Jörg: Tontechnik für Mediengestalter. Töne hören – Technik gestalten – Mediengestalten. Berlin 2008

Friesecke, Andreas: Die Audio-Enzyklopädie: ein Nachschlagewerk für Tontechniker. München 2007

Henle, Hubert: Das Tonstudio-Handbuch: praktische Einführung in die professionelle Aufnahmetechnik. München 2001⁵

Lustig, Peter: Vertonen: der Ton zu den Bildern: Dia, Film und Video. Reinbek bei Hamburg 1987

Pieper, Frank: Das Effekte-Praxisbuch: optimaler Einsatz von Effekten, Effektgeräten und Plug-Ins. München 2004²

Segeberg, Harro (Hg.): Sound: zur Technologie und Ästhetik des akustischen in den Medien. Marburg 2005

Watkinson, John: The Art of Digital Audio. Oxford 2005³

Zeitschrift: Der Kameramann

4. Semester

MDMA13 Masterseminar

Nr.: MD MA 13	Pflichtmodul: Masterseminar	Sprache: deutsch		Credits: 6	
		Häufigkeit: jährlich im SS		Semesterlage: 4	
		Workload: 180 h		Prüfungsform: PR/RE	
	Voraussetzungen für die Teilnahme: keine	Präsenz: 28 h	Selbststudium: 152 h		
Veranstaltungen		Dozent/Dozententeam (modulverantwortlich)		Lehr- und Lernformen	Umfang (SWS)
Masterseminar		<u>Verschied. Betreuer</u>		S	2
Dieses Modul wird für folgende Studiengänge verwendet: MD					
Inhalte					
<u>Masterseminar:</u>					
Vertiefung wissenschaftlicher Arbeitsroutinen Die Veranstaltung befähigt zur Arbeit mit Forschungsfragen, konkrete Möglichkeiten zur Hypothesenbildung werden aus dem Kanon des Faches entwickelt, inhaltlich unterstützt sie bei der fachgerechten Themenwahl und der Gliederung des Stoffes, sie hilft dabei das jeweils individuelle Thema der Masterarbeit nicht zu breit und nicht zu spitz im Fach anzulegen. Recherchetechniken zur Zusammenstellung von Quellen werden vertieft, die Arbeit mit Datenbanken im Vergleich zu Bachelorstudiengängen deutlich erweitert. Im Rahmen der Veranstaltung werden elaborierte Lesetechniken (u.a. Spot-Reading) und der Umgang mit großen Textmengen geübt, die grafische Aufbereitung und Darstellung von empirisch gewonnenen Primärdaten analysiert, die Fähigkeit zur Formulierung in direkter und indirekter Rede überprüft sowie Übungen zur Textanalyse angeboten.					
Wissenschaftstheorie Forschungsergebnisse werden zur wissenschaftstheoretischen Verortung bezüglich ihres erkenntnistheoretischen Gehalts geprüft, der sich durch die erkenntnisermöglichenden und -einschränkenden Dimensionen verwendeter theoretischer und methodologischer Annahmen ergibt. Damit einhergehend wird die Frage aufgeworfen, ob wissenschaftsgeschichtlich der Wechsel von Theorien- und Methodologie-Paradigmen sich als Fortschritt bezeichnen lässt. Mithilfe formallogischer Methoden werden Argumentationsweisen in der Wissenschaft auf ihre Adäquatheit überprüft, wobei insbesondere die Möglichkeiten und Grenzen deduktiver und induktiver Schlussmethoden vertieft werden.					
Lernziele und zu vermittelnde Kompetenzen					
<u>Masterseminar:</u>					
Das Masterseminar dient dazu, die Kenntnisse der Studierenden im Umgang mit wissenschaftlichen Arbeitsroutinen und Wissenschaftstheorie zu vertiefen.					
Literatur und Arbeitsmaterialien					
<u>Masterseminar:</u>					
Vertiefung wissenschaftlicher Arbeitsroutinen Balzert, Helmut / Schröder, Marion: Wissenschaftliches Arbeiten. 2011 Eco, Umberto: Wie man eine wissenschaftliche Abschlussarbeit schreibt. Stuttgart 2010 Franck, Norbert / Sary, Joachim: Die Technik wissenschaftlichen Arbeitens. Stuttgart 2012 Kühlitz, Stefan: Wissenschaftlich formulieren. Stuttgart 2012 Kronmeier, Martin: Wissenschaftlich schreiben leicht gemacht für Bachelor-, Master und Dissertation. Stuttgart 2012 Theisen, Manuel René / Theisen, Martin: Wissenschaftliches Arbeiten. München 2013					

Wissenschaftstheorie

Adorno et al.: Der Positivismusstreit in der deutschen Soziologie. München 1993

Berger, Peter / Luckmann, Thomas: Die gesellschaftliche Konstruktion der Wirklichkeit. Berlin 2003

Bertemes, Claude: Alles nichts – oder? Münster

Chalmers, Alan F.: Wege der Wissenschaft. Berlin

Feyerabend, Paul (1986): Wider den Methodenzwang. Frankfurt/Main 2005

Haller, Max: Soziologische Theorie im systematisch-kritischen Vergleich. Wiesbaden 2012

Kuhn, Thomas S.: Die Struktur wissenschaftlicher Revolutionen. Frankfurt/Main

Popper, Karl (2013): Logik der Forschung. Berlin 1996

Salmon, Wesley (1986): Logik. Leipzig 2006

MDMA14 Masterarbeit mit Kolloquium

Nr.: MD MA 13	Pflichtmodul: Masterarbeit mit Kolloquium	Sprache: deutsch		Credits: 24
		Häufigkeit: jährlich im SS		Semesterlage: 4
		Workload: 720 h		Prüfungsform: MA + KO
	Voraussetzungen für die Teilnahme: keine	Präsenz: 0 h	Selbststudium: 720 h	
Veranstaltungen		Dozent/Dozententeam (modulverantwortlich)	Lehr- und Lernformen	Umfang (SWS)
Masterarbeit		<u>Verschied. Betreuer</u>	B	
Kolloquium			B	
Dieses Modul wird für folgende Studiengänge verwendet: MD				
Inhalte				
<u>Masterarbeit mit Kolloquium:</u> In der Master-Arbeit zeigen Studierende, dass sie dazu in der Lage sind, ein komplexes Thema des Mediendesigns gestalterisch und wissenschaftlich zu bearbeiten, das Ergebnis zu dokumentieren und die Erkenntnisse im Rahmen eines mündlichen Kolloquiums zu verteidigen.				
Lernziele und zu vermittelnde Kompetenzen				
<u>Masterarbeit mit Kolloquium:</u> Studierende können ein komplexes Thema gestalterisch und wissenschaftlich bearbeiten sowie komplexe Sachverhalte diskutieren, visualisieren und moderieren. Die Abschlussarbeit bietet ihnen die Möglichkeit, erlernte Organisations- und Arbeitstechniken und vor allem ihr praktisches und wissenschaftlich fundiertes Wissen einzubringen. Das Kolloquium stellt mündlich das bearbeitete Thema zur Diskussion.				
Literatur und Arbeitsmaterialien				
<u>Masterarbeit mit Kolloquium:</u> Die jeweils relevante Literatur				