

Qualifikationsziele	2
Studiengangskonzept	3
Fachgebiete und Module	10
General Studies.....	10
Creative Problem Solving and Project Management	10
Scientific Methodology and Design Research	12
Electives	15
Strategic Management.....	15
Interculturality and Diversity.....	18
Corporate Social Responsibility (CSR) and Sustainability	20
Innovation & Emerging Technologies	22
Technology and AI	24
Experience Design and Human Interaction	24
Immersive Media Technologies	27
Generative Design and Creative Coding	30
Emerging Technologies in Design Exploration	32
Experimental Design Methods and Prototyping	34
AI-Driven Design Innovation	37
Arts and Culture	39
Social Design Practice.....	39
New Media Design Culture	41
Design Economics.....	43
Visual Culture Studies	45
Arts and Cultural Leadership	47
Value Formation in Art & Design.....	49
Design Projects	51
Applied Design	51
Capstone	53
Master's Qualification: Thesis and Colloquium.....	55
Thesis and Colloquium	55

Qualifikationsziele

Die Absolventinnen und Absolventen des Vollzeit-Masterstudiengangs „Design – Arts and Culture and Design - Technology and AI (M.A.)“ verfügen auf der Grundlage des aktuellen Stands von Lehre und Forschung in ihrem Fachgebiet über die folgenden Kompetenzen:

Die Absolventen sind in der Lage, (Fähigkeiten):

- Design-Strategie und -Implementierung zu leiten, zu steuern, zu entwickeln und zu überwachen, um den Anforderungen der Industrie oder der Praxis gerecht zu werden.
- effektive Techniken anzuwenden, Konzepte zu entwickeln, Ideen zu generieren, zu verfeinern und innovative Lösungen für komplexe Designherausforderungen zu präsentieren.
- Aktivitäten effektiv zu organisieren und durchzuführen und entsprechende Führungsverantwortung zu übernehmen.
- Wissen und Verständnis auf ethische Weise direkt in das berufliche Umfeld zu integrieren und anzuwenden.
- Methoden der Designforschung in der Praxis anzuwenden und innovative Entwicklungen im Berufsalltag umzusetzen.

Absolventen des Studiengangs Design – Technology and AI haben (Kenntnisse):

- Kenntnisse über die effektive Anwendung von Werkzeugen, Methoden und Techniken, um Ideen zu entwickeln, zu verfeinern und zu präsentieren und Konzepte im Rahmen der erweiterten Realitätsproduktion zu entwickeln.
- Umfangreiche Kenntnisse in der Analyse komplexer Designherausforderungen, um schnelle Prototypen unter Verwendung neuer Technologien und Werkzeuge zu erstellen und zu bewerten, und Iterationen zu entwickeln, um Projektergebnisse zu erreichen.
- Kenntnisse in der Analyse, Bewertung, Spekulation und Visualisierung von Designherausforderungen unter Berücksichtigung der Auswirkungen und des Nutzens neuer digitaler Tools und Verfahren.
- umfangreiche Kenntnisse in der Theorie, Methoden, Prinzipien und Prozesse zur Gestaltung und Entwicklung von Schnittstellen unter Berücksichtigung der wesentlichen Faktoren, die die Erfahrungen von Mensch und Maschine bestimmen.
- Kenntnisse zur Entwicklung von Algorithmen, die die visuelle Arbeit methodisch und praktisch unterstützen und testen, durch die Anwendung von Kodierungs- und Designprinzipien.
- Kenntnisse in der Nutzung datengetriebener Erkenntnisse und KI-getriebener Designmethoden, um die besten Tools zur Unterstützung des Designprozesses zu analysieren und anzuwenden.
- Umfangreiche Kenntnisse in der Anwendung von Data-Science-Methoden und -Technologien zur Klassifizierung und Erstellung visueller Darstellungen, die sich an den rechtlichen Rahmenbedingungen für die Anwendung von Datenanalysen auf lokaler und globaler Ebene orientieren.
- Kenntnisse in der Analyse bestehender Designprobleme, Bewertung von KI-Lösungen und Erstellung von Prototypen unter Verwendung von KI-Algorithmen im Rahmen der Problemlösung, mit dem Ziel einer innovativen Lösung oder eines spekulativen Ansatzes.

Absolventen des Studiengangs Design – Arts and Culture haben (Kenntnisse):

- Kenntnisse in der Analyse, Interpretation und Artikulation Visueller Kultur: Trendforschung, Stilanalyse, kulturelle Kontextualisierung.

- Kenntnisse in der Analyse und Interpretation der sozialen Auswirkungen von Design: Sozialforschung, Kulturkritik, Sozialdiskurs.
- Umfangreiche Kenntnisse in der Anwendung der Methoden und Prinzipien der humanwissenschaftlichen Disziplinen, um Lösungen für designspezifische Herausforderungen im Kontext von Kunst und Kultur zu entwickeln.
- Kenntnisse in der Positionierung und Bewertung designspezifischer Aktivitäten und Lösungen innerhalb einer humanwissenschaftlichen Perspektive in Kunst und Kultur.

Die Absolventen können (Kompetenzen):

- Problemlösungen und Argumente in ihrem Fachgebiet erarbeiten und selbstständig weiterführende Lernprozesse gestalten,
- Inhalte und Probleme des Fachgebiets argumentativ kommunizieren und präsentieren, den kritischen Diskurs im aktuellen Forschungsumfeld betreiben,
- durch Übungen und Reflexionsfragen Problemfelder und Ausprägungen ihrer Persönlichkeit und Persönlichkeitsentwicklung, sowie deren Auswirkungen und Einflüsse, verstehen, reflektieren und optimieren,
- digitale Medien- und Kommunikationsstrukturen für Teamprozesse verstehen, analysieren und effektiv nutzen,
- zivilgesellschaftliches Engagement durch Positionierung innerhalb des gesellschaftlich relevanten Forschungsfeldes, beispielsweise durch Engagement in sozialen Netzen, Kooperationen in nachhaltigen Projektmaßnahmen und Veröffentlichungen in entsprechenden Medien und Institutionen wahrnehmen,
- durch ausreichenden Praxisbezug (Praxisprojekte) ihr Wissen und Verstehen auf ihre Tätigkeit oder ihren Beruf unmittelbar in das berufliche Umfeld integrieren und anwenden,
- ethisch moralische Gesichtspunkte Entscheidungsfindungen mit einbeziehen.

Studiengangskonzept

Dieser Studiengang zeichnet sich durch seine flexible Struktur aus, die sowohl für Berufstätige als auch für Vollzeitstudierende geeignet ist, um ihre Karriere in der sich schnell entwickelnden Designbranche voranzutreiben.

Zielgruppe: Kreative Talente, die umfassendes Fachwissen über technologische Innovationen und kulturelle Aspekte des Designs suchen.

Zielsetzung: Vermittlung eines umfassenden Verständnisses der aktuellen Entwicklungen und Trends an der Schnittstelle von Design, Technologie und Kultur.

Aufbau des Programms: Kombination aus vertiefter theoretischer Ausbildung und umfassender praktischer Anwendung

Praxiserfahrung: Praxisorientierte Projekte, Workshops und Brancheneinblicke bereiten die Studierenden optimal auf die Herausforderungen der Designbranche vor.

Berufsvorbereitung: Vorbereitung auf Karrieren in den Bereichen künstlerische Praxis, Webdesign, Management digitaler Medien und Entwicklung kultureller Inhalte.

Abschlussmöglichkeiten: Studierende können einen spezialisierten Abschluss wählen. Abhängig von den Qualifikationen und Vorerfahrungen des Bewerbers wird der Studiengang mit 60 ECTS oder 90 ECTS-Punkten angeboten.

Das Programm ist sorgfältig konzipiert, um eine individuelle Lernerfahrung zu ermöglichen, die die persönlichen und beruflichen Ziele jedes einzelnen Studierenden berücksichtigt. Die folgenden Schlüsselaspekte kennzeichnen diese maßgeschneiderte und flexible Lernumgebung:

- **Personalisierte Lernpfade:** Ermöglicht den Studierenden, ihr Studium an ihre individuellen Interessen und beruflichen Ziele anzupassen.
- **Flexible Studienmodelle:** Kombiniert Online- und Präsenzunterricht.
- **Interdisziplinäre Ansätze:** Bietet Schnittstellen zu Technik, Kunst und Kultur.
- **Praxisorientiertes Lernen:** Legt den Schwerpunkt auf die praktische Anwendung theoretischer Konzepte.
- **Moderne Lehrmethoden:** Nutzt innovative Lehransätze und aktuelle Forschungsergebnisse.

Die Studierenden können sich auf hochmoderne Bereiche wie Designtheorie und -praxis, digitale Technologien, künstliche Intelligenz und interkulturelle Medien konzentrieren. Sie werden von modernsten technischen Ressourcen profitieren und eng mit erfahrenen Dozenten und Branchenexperten zusammenarbeiten. Der Studiengang legt großen Wert auf die Vermittlung sowohl theoretischer Grundlagen als auch praktischer Fähigkeiten, die direkt auf die Herausforderungen der Praxis anwendbar sind.

Der Studiengang M.A. in Design bietet eine umfassende Ausbildung in Bereichen wie User Experience Design, Informationsarchitektur, künstliche Intelligenz und digitale Entwicklung. Die Studierenden erwerben praktische Fähigkeiten in der Entwicklung auf der Client- und Serverseite und vertiefen ihr Wissen durch die Wahl von Modulen aus den von ihnen gewählten Interessengebieten:

- Technology and AI
- Arts and Culture

Für den Abschluss haben die Studierenden die Möglichkeit, einen Abschluss in einer der zwei Spezialisierungen in den Modellen 60 ECTS oder 90 ECTS zu absolvieren.

- **Master of Arts in Design – Technology and AI**
or
- **Master of Arts in Design – Arts and Culture**

Durch die Synthese von theoretischem Wissen und praxisorientierten Projekten bereitet dieser Masterstudiengang die Studierenden darauf vor, ihre Karriere im Design erfolgreich voranzutreiben. Die Studierenden entwickeln sich in einem anspruchsvollen und kreativen Umfeld und werden Teil unserer engagierten Design-Community. Der Masterstudiengang Design an der mdh ist der Einstieg in eine erfolgreiche und erfüllende Karriere in der facettenreichen Welt des Designs.

Blended Learning at mdh

Der Blended Learning-Ansatz umfasst eine Vielzahl von Lernoptionen, um den Zugang und die Flexibilität für die Studierenden zu maximieren und gleichzeitig den unterschiedlichen Bedürfnissen der Lernenden gerecht zu werden und den besten geeigneten Ansatz für die Vermittlung von Inhalten zu bieten. Er umfasst Präsenzveranstaltungen (persönlich/vortragend/präsentierend) und eine Reihe von digitalen Lernmöglichkeiten, die von technologiegestützten bis hin zu Online-Angeboten reichen. Die Vermittlungsoptionen sind so konzipiert und abgestimmt, dass sie dem Lernniveau und den Leistungserwartungen angemessen sind.

Die Studierenden sind aktiv an einer Reihe von Einzel- und Gruppenaktivitäten beteiligt, um Wissen, Fähigkeiten und Kompetenzen zu entwickeln und zu festigen. Die Aktivitäten können Diskussionen in der Klasse und in der Gruppe, Vorlesungen, praktische Aktivitäten, selbstgesteuerte Forschung, Workshops, Rollenspiele und kontextbezogenes Üben von Fähigkeiten umfassen. In den Lernumgebungen werden technologische Ausrüstung und Software eingesetzt, Lehren, lernen und beurteilen können im Klassenzimmer oder online stattfinden.

Online-Lernen wird durch eine Lernplattform ermöglicht, die synchron (gemeinsam, zur gleichen Zeit, am gleichen Ort) oder asynchron (getrennt, zu unterschiedlichen Zeiten, an unterschiedlichen Orten) sein kann. Es kann Online-Diskussionen, Webinare, Kollaborationstools, eingebettete Links, interaktive Aktivitäten, Bilder, Texte, Infografiken und Videos, Simulationen, aufgezeichnete Demonstrationen, geeignete Software-Tools und Anleitungen, Bildungsressourcen und Datenbanken umfassen.

Ressourcen wie Online-Quizzes, Online-Lerntools und Internet-Rechercheübungen verbessern die Vermittlung von Lehr- und Lerninhalten und stärken die digitalen Kompetenzen. Kollaborative Gruppenarbeit in Verbindung mit Technologie unterstützt die Lernenden bei der Entwicklung, Festigung und Erweiterung von Wissen, Fertigkeiten und Kompetenzen, während gleichzeitig Metakognition und Selbststeuerung gefördert werden.

Struktur des Studiengangs

Der Studiengang wird als Vollzeitstudium durchgeführt und schließt mit einem Master of Arts ab.

Es gibt zwei Programmstrukturen, für die sich die Studierenden bewerben können:

- Das 60 ECTS Masterprogramm besteht aus zwei Semestern. Die Anzahl der für den Erwerb des Master-Abschlusses erforderlichen Leistungspunkte beträgt 60 ECTS-Punkte.
- oder
- Das 90 ECTS Masterprogramm besteht aus drei Semestern. Die Anzahl der für den Erwerb des Master-Abschlusses erforderlichen Leistungspunkte beträgt 90 ECTS-Punkte.

Ein Semester umfasst jeweils ein Arbeitspensum von 30 ECTS-Punkten.

Fachgebiete

Der Studiengang umfasst die folgenden Fachgebiete:

- General Studies
- Electives
- Design Projects
- Master Qualification

Mit Spezialisierung in:

- Technology and AI
- Arts and Culture

Im Allgemeinen müssen die Studierenden je nach Studienmodell (60 ECTS und 90 ECTS) die folgenden ECTS-Leistungspunkte erwerben:

60 ECTS PROGRAMM

M.A. Design (60 ECTS)	SEMESTER 1 (30 ECTS)	SEMESTER 2 (30 ECTS)
	General Studies (5 ECTS)	General Studies (5 ECTS)
	Specialisation (15 ECTS)	MASTER Thesis and Colloquium (25 ECTS)
	Project (10 ECTS)	

90 ECTS PROGRAMM

M.A. Design (90 ECTS)	SEMESTER 1 (30 ECTS)	SEMESTER 2 (30 ECTS)	SEMESTER 3 (30 ECTS)
	General Studies (5 ECTS)	Electives (5 ECTS)	General Studies (5 ECTS)
	Specialisation (15 ECTS)	Specialisation (15 ECTS)	MASTER Thesis and Colloquium (25 ECTS)
	Project (10 ECTS)	Project (10 ECTS)	

Modulinhalte

1 General Studies:

- **Creative Problem Solving and Project Management**

Kreative Problemlösungsprozesse managen, verschiedene organisatorische Methoden anwenden, um zu Lösungen zu gelangen

- **Science Methodology and Design Research**

Vermittlung von wissenschaftlichen Methoden im Design, einschließlich empirischer Forschung und Datenanalyse. Schwerpunkte: Forschungsdesign, Ethik, kritische Analyse.

2 Electives

- **Strategic Management**

Anwendung verschiedener strategischer Managementmethoden zur Analyse, zum Risikomanagement, zur Problemlösung und zur Umsetzung von unternehmerischen Chancen in branchenspezifischen Kontexten.

- **Interculturality and Diversity**

Untersuchung der Bedeutung der kulturellen Vielfalt und der Entwicklung effektiver interkultureller Kommunikationsfähigkeiten.

- **Corporate Social Responsibility and Sustainability**

Einführung in die Nachhaltigkeit, Verständnis ihrer Bedeutung in verschiedenen Bereichen wie Umwelt, Wirtschaft und Gesellschaft.

- **Innovation and Emerging Technologies**

Den technologischen Wandel in Unternehmen der Kreativwirtschaft vorantreiben, die Rolle eines Intrapreneurs übernehmen, um Innovationen zu initiieren, zu organisieren und zu bewerten.

3 Technology and AI

- **Immersive Media Technologies (Digital Realities)**

- Einführung in die neuesten Entwicklungen bei immersiven Medientechnologien, einschließlich Virtual Reality (VR), Augmented Reality (AR) und Mixed Reality (MR).
- Erforschung der Prinzipien des immersiven Geschichtenerzählens, des Spatial Computing und der interaktiven Erfahrungen, um überzeugende immersive Medienprojekte zu erstellen.

- **Experimental Design Methods and Prototyping**

- Experimentelle Designmethoden und Prototyping-Techniken mit Schwerpunkt auf iterativen Prozessen und praktischem Experimentieren.
- Schnelles Prototyping von Designkonzepten unter Verwendung neuer Technologien und Werkzeuge, Förderung einer Kultur der Innovation und Kreativität innerhalb des Designprozesses.

- **Emerging Technologies in Design Exploration**

- Erforschung neuer Technologien wie Augmented Reality, Virtual Reality und das Internet der Dinge im Kontext von Design-Experimenten.
- Untersuchung wie diese Technologien genutzt werden können, um immersive Erfahrungen, interaktive Installationen und innovative Designlösungen zu schaffen, die die Grenzen traditioneller Designpraktiken überschreiten.

- **Experience Design and Human Interaction**

- Interaktive Erlebnisse unter Verwendung fortschrittlicher Tools und Techniken zum Testen von Designkonzepten und Sammeln von Nutzerfeedback.
- Iteration von Entwürfen auf der Grundlage von Nutzererkenntnissen, wobei der Schwerpunkt auf der Schaffung innovativer Nutzererlebnisse liegt, die künftige Bedürfnisse und Verhaltensweisen vorsehen.

- **Generative Design and Creative Coding**

- Einführung in die Grundprinzipien des generativen Designs und die Anwendung von kreativen Codierungstechniken.
- Erkundung des Konzepts des generativen Designs, das die Verwendung von Algorithmen beinhaltet.
- Anhand von praktischen Übungen zur kreativen Programmierung lernen die Studierenden, wie sie generative Designprinzipien umsetzen können.

- **AI-Driven Design Innovation**

- Erforschung der innovativen Integration der künstlichen Intelligenz (KI) in den Designprozess und Konzentration auf die Nutzung von KI-Tools und -Algorithmen für die Automatisierung, datengesteuerte Entscheidungsfindung und kreative Verbesserung.
- Nutzung der Leistungsfähigkeit von KI, um Designinnovationen voranzutreiben und die Nutzererfahrungen in zukünftigen Design-Szenarien zu optimieren.

4 Arts and Culture

- **Social Design Practice**

Ausstattung von Designern mit einer Reihe von Fähigkeiten, damit sie eine verantwortungsvolle Rolle als Zukunftsgestalter in gesellschaftlichen Transformationsprozessen übernehmen können.

- **New Media Design Culture**

Entwicklung einer kritischen Medientheorie, Erforschung des sozialen Wandels, der durch die digitale Kultur hervorgerufen wird. Digitale Medienkompetenz als wichtige Komponente für die Produktion und den Konsum von Informationen, das Studium und den Erwerb beruflicher Fähigkeiten.

- **Design Economics**

Eingehende Analyse wirtschaftlicher Aspekte im Design, einschließlich Marktstrategien, Preisgestaltung und Entwicklung wirtschaftlicher Designmodelle.

- **Visual Culture Studies**

Im Mittelpunkt steht die visuelle Kultur, ein interdisziplinäres Studienggebiet, das historisches Wissen, kritisches Denken und Reflexion über visuelle Bilder im Kontext von Produktion und Konsum integriert.

- **Arts and Cultural Leadership**

Im Mittelpunkt stehen das kulturelle Kapital und immaterielle Kulturerbe, die Rolle der kulturellen Politik und die Schaffung nachhaltiger Kulturorganisationen.

- **Value Formation in Art & Design**

Entwicklung kritischer Einsichten durch die Untersuchung der Rolle des Wertes von Kunst und Design in der Gesellschaft, indem die Wechselwirkungen zwischen dem Kunstmarkt, dem Design und der Kulturwirtschaft analysiert werden.

5 Design Projects

- **Applied Design**

Das angewandte Designprojekt ermöglicht es den Studierenden, ein Design oder eine kreative Lösung für ein wahrgenommenes oder beispielhaftes Problem innerhalb ihres Fachgebiets zu planen und umzusetzen. Demonstration fortgeschrittener Designprinzipien und -techniken, Management des Projekts und der damit verbundenen Risiken von der Idee bis zur Umsetzung, Bewertung, Rechtfertigung und Abmilderung von Entscheidungen.

- **Capstone Project**

Eine vertiefte Untersuchung in aufkommenden Bereichen der Informationstechnologie, praktisch oder theoretisch, durchführen, um Aktualität, Kompetenz und Fachwissen zu erhalten. Das Thema wird mit

einem Dozenten, der über einschlägige Fachkenntnisse verfügt, besprochen und abgestimmt und von ihm betreut. Dieser Kurs bietet den Lernenden auch die Möglichkeit, Ideen und bestimmte Bereiche zu erforschen, die sie zu ihrem Forschungsprojekt ausbauen könnten.

6 Master's Qualification (Master of Arts)

Der Schwerpunkt des letzten Semesters liegt auf der Anfertigung der Masterarbeit mit einem theoretischen oder empirischen Ansatz. Die Abschlussarbeit und das Kolloquium schließen das Masterstudium ab und dienen dem Nachweis, dass die Studierenden forschungsorientierte Arbeiten aus den Fachgebieten des Studiengangs nach dem neuesten Stand des Wissens auf einem hohen Komplexitätsniveau interdisziplinär umsetzen können. Die Studierenden zeigen, dass sie neben der wissenschaftlich-methodischen Konzeption der Arbeiten auch gestalterisch-strategische Positionen reflektieren und weiterentwickeln können.

Die Studierenden reflektieren und verfeinern neben der wissenschaftlich-methodischen Konzeptualisierung der Arbeit auch akademische und strategische Positionen. Das mündliche Kolloquium orientiert sich in erster Linie an den Themenbereichen der Abschlussarbeit, einschließlich angrenzender und ergänzender Wissensgebiete. Die Absolventinnen und Absolventen beweisen dabei, dass sie das Themengebiet ihrer Arbeit professionell darstellen und ihre Ergebnisse argumentativ begründen können.

Fachgebiete und Module

1 GENERAL STUDIES

Fachgebiet	General Studies	MAD 1
Modul	Creative Problem Solving and Project Management	MAD 1.1

Verantwortliche/r	Prof. Britta Wiemer	
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr	
Verwendbarkeit	Nur in diesem Studiengang	
ECTS-Punkte	5	
ECTS Stunden	130	
Gesamtworkload (UE)	173	
Lehrzeit (UE)	54	e.g. 9 Tage á 6 Unterrichtsstunden
Lernzeit (UE)	131	
Studienprogramm	60 ECTS	90 ECTS
Semester	1	1
Typ	Pflichtfach	
Voraussetzungen	keine	
Lehr- und Lernform	Blended	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Praktisch	
Prüfungsleistung	Differenziert (mindestens die Note 4,0)	

Lernergebnisse und Kompetenzen	Die Studierenden lernen, kreative Problemlösungsprozesse zu managen und verschiedene Organisationsmethoden anzuwenden, um zu Lösungen zu gelangen. Die Studierenden kennen ▪ verschiedene Theorien zur Kreativität und dem kreativen Prozess. Sie kennen den kreativen Prozess in allen Teilphasen als Problemlösungsprozess. ▪ verschiedene Auffassungen und Theorien zur Innovation und zum Management von Innovationen.
--------------------------------	---

	▪ die zentralen Methoden und die unterschiedlichen Planungsinstrumente und -techniken des modernen klassischen und agilen Projektmanagements. Die Studierenden können, ▪ anhand der Analyse der einzelnen Phasen des kreativen Prozesses kreative Lösungen erklären und beurteilen. Sie können Creative Problem Solving, Design Thinking und Systematic Creative Thinking voneinander abgrenzen und ihre Eignung zur Lösung ausgewählter kreativer Aufgabenstellungen einschätzen. ▪ anhand von Kriterien entscheiden, inwieweit ein Unternehmen eine Innovationskultur lebt, und Faktoren identifizieren, die innovationshemmend wirken. ▪ einschätzen, inwiefern Projekte organisatorisch zielführend strukturiert sind. Die Studierenden sind in der Lage, ▪ einen kreativen Prozess als Problemlösungsprozess nach unterschiedlichen Methoden anzuwenden, zu durchlaufen und zu reflektieren, um zu kreativen Lösungen zu gelangen. ▪ idealtypische Innovationsprozesse zu skizzieren. Sie können anhand von Fallbeispielen und kleinen Aufgabenstellungen innovative Lösungen generieren. ▪ relevante Informationen im Rahmen einer Projektarbeit systematisch zu erfassen, zu strukturieren und anschaulich darzustellen. Sie sind dazu befähigt, agile, klassische oder hybride Methoden anzuwenden und entsprechende Projektpläne zu erstellen.
Inhalte	1. Prozessmodelle der Kreativität 2. Innovation 3. Projekt Management

Subject area	General Studies	MAD 1
Modul	Scientific Methodology and Design Research	MAD 1.2

Verantwortliche/r	Prof. Dr Helmar Baum	
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr	
Verwendbarkeit	Alle Master Programme	
ECTS-Punkte	5	
ECTS Stunden	130	
Gesamtworkload (UE)	173	
Teaching time (UE)	42	7 Tage á 6 Unterrichtsstunden
Lernzeit (UE)	131	
Studienprogramm	60 ECTS	90 ECTS
Semester	2	2
Ty	Pflichtfach	
Voraussetzungen	keine	
Lehr- und Lernform	50% - Seminar // 50% - Übung	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Schriftlich (Eposé)	
Grading scheme	Differenziert (mindestens die Note 4.0)	

Lernergebnisse und Kompetenzen	Die Studierenden sind in der Lage, ▪ ein Thema für eine wissenschaftliche Arbeit zu finden, zu begründen und zu formulieren. ▪ notwendige Recherchearbeiten in wissenschaftlichen Datenbanken und Online-Bibliothekskatalogen (WISO, Springer, Emerald u. a.) durchzuführen und optimale Anfragen in den Suchmaschinen (z. B. google/scholar und google/books) zu formulieren. ▪ mit wissenschaftlicher Literatur (Abhandlungen, Aufsätze in Fachzeitschriften, Dissertationen usw.) und mit wissenschaftlichen Methoden (Befragung, Beobachtung, Inhaltsanalyse usw.) sicher umzugehen. ▪ eine wissenschaftliche Arbeit logisch aufzubauen und sie nach den Grundregeln der Argumentation und des Formulierens zu verfassen.
--------------------------------	---

	▪ die Zeit für das Verfassen einer wissenschaftlichen Arbeit zu planen und im Sinne dieses Zeitmanagements effizient und effektiv zu arbeiten. ▪ die Bedeutung des Plagiats beim Verfassen einer wissenschaftlichen Arbeit zu verstehen und die Konsequenzen des nicht korrekten Zitierens zu kennen. Die Studierenden können ▪ die Abfolge und die einzelnen Elemente von Präsentationen nach dramaturgischen Gesichtspunkten planen. ▪ wissenschaftliche Fragestellungen, Inhalte und Ergebnisse vor kleineren und größeren Gruppen von ZuhörerInnen präsentieren. ▪ ergebnisoffene Diskussionen über wissenschaftliche Gegenstände unter Einbeziehung von Kritik und der angemessenen Erwiderung darauf führen. ▪ Strategien für ein erfolgreiches Publizieren entwickeln.
Inhalte	1. Einführung in die Welt des wissenschaftlichen Arbeitens auf Master-Niveau (Forschungsfrage, Planung). 2. Prozess der wissenschaftlichen Arbeit und Forschung (Hypothesen, Argumentation, Quellen) 3. Einwandfreies Zitieren (Zitat, Literaturverzeichnis) 4. Methodik, Ziele und Nutzen empirischer Forschung; Forschungsprozess und Forschungsorganisation 5. Qualitative und quantitative Forschung (Forschungsfragen, Hypothesenentwicklung und -umsetzung) 6. Befragung; Inhaltsanalyse; Beobachtung 7. Darstellung und Visualisierung von Forschungsergebnissen 8. Formen der wissenschaftlichen Veröffentlichung 9. Strategien für eine erfolgreiche wissenschaftliche Publikation
Literaturempfehlungen	Bänsch, Axel, Alewell, Dorothea et al. (2020): Wissenschaftliches Arbeiten, 12. Aufl., Berlin/Boston. Bensberg, Gabriele (2013): Survival Guide Schreiben. Ein Schreibcoaching fürs Studium, Heidelberg. Berger, Doris (2016): Wissenschaftliches Arbeiten in den Wirtschafts- und Sozialwissenschaften: Hilfreiche Tipps und praktische Beispiele, 3. Aufl., Wiesbaden. Brink, Alfred (2013): Anfertigung wissenschaftlicher Arbeiten: Ein prozessorientierter Leitfaden zur Erstellung von Bachelor-, Master- und Diplomarbeiten, 5. Aufl., Wiesbaden. Budrich, Barbara (2019): Erfolgreich Publizieren: Grundlagen und Tipps für Autorinnen und Autoren aus den Sozial-, Erziehungs- und Geisteswissenschaften, 3. Aufl., Opladen & Toronto.

	Diester, Georg (2014): Studienarbeiten schreiben: Seminar-, Bachelor-, Master- und Diplomarbeiten in den Wirtschaftswissenschaften, 7. Aufl., Heidelberg. Döring, Nicola, Bortz, Jürgen (2015): Forschungsmethoden und Evaluation in den Sozial- und Humanwissenschaften, 5. Aufl., Berlin. Eco, Umberto (2020): Wie man eine wissenschaftliche Abschlussarbeit schreibt, 14. Aufl., Wien. Esselborn-Krumbiegel, Helga (2017): Von der Idee zum Text, 5. Aufl., Paderborn. Früh, Werner (2017) Inhaltsanalyse. Theorie und Praxis, 9. Aufl., Konstanz.
--	---

Fachgebiet	Electives	MAD 2
Modul	Strategic Management	MAD 2.1

Verantwortliche/r	Prof. Dr Roland Frank	
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr	
Verwendbarkeit	Master programmes	
ECTS-Punkte	5	
ECTS Stunden		
Gesamtworkload (UE)	173	
Teaching time (UE)	54	9 days à 6 teaching units
Lernzeit (UE)	119	
Studienprogramm	90 ECTS	
Semester	2	
Ty	Wahlfach 90 ECTS Master	
Voraussetzungen	keine	
Lehr- und Lernform	Blended	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Schriftlich (Seminararbeit)	
Prüfungsleistung	Differenziert (mindestens die Note 4,0)	

Lernergebnisse und Kompetenzen	Dieser Kurs befähigt die Studierenden, verschiedene Methoden des strategischen Managements zur Analyse, zum Risikomanagement, zur Problemlösung und zur Umsetzung unternehmerischer Chancen in branchenspezifischen Kontexten anzuwenden. Die Studierenden können ▪ externe und interne Informationen für die Wahl verschiedener strategischer Optionen interpretieren und zielgerichtet für die strategische Entscheidungsfindung entlang des Strategischen Planungsprozesses systematisch einsetzen. ▪ verschiedene Risiken und andere Einflussfaktoren im Rahmen der Umweltanalyse erkennen und anschließend bewerten.
--------------------------------	--

	▪ typische Probleme im Strategischen Management identifizieren und in ähnlichen Unternehmungskontexten situationsadäquat Lösungsvorschläge hierzu entwickeln. ▪ Branchenstrukturanalysen anwenden und diese auf beliebig andere Industrien transferieren, um so die Attraktivität von Branchen zu bestimmen. ▪ im Rahmen von Case Studies unternehmerische Chancen bestimmen, Handlungsalternativen entwickeln, Prioritäten setzen und erforderliche Aktivitäten. ▪ planen und dabei die Vor- und Nachteile verschiedener strategischer Optionen abwägen und auf diese im Zuge der Strategieimplementierung zurückgreifen. ▪ nach Absolvieren des Moduls strategische Entscheidungsprozesse methodisch und theoretisch begleiten sowie die branchenspezifischen Besonderheiten in konkrete Planungsprozesse umsetzen.
Inhalte	1. Theoretische Grundlagen des strategischen Managements 2. Merkmale und evolutionäre Prozesse von Strategien 3. Inhaltliche und prozessuale Perspektive im strategischen Management 4. Strategietypen, ihre Unterschiede und Interdependenzen 5. Managementsysteme und ihre Interdependenzen mit Strategien 6. Möglichkeiten der Beschreibung von Wettbewerbsvorteilen aus der Analyse der internen und externen Unternehmenssituation 7. Strategische Positionierung in verschiedenen Ländermärkten 8. Formulierung und Umsetzung verschiedener strategischer Optionen 9. Kontrollmöglichkeiten für die Bewertung der umgesetzten Strategien 10. Konzepte in den jeweiligen Phasen des strategischen Planungsprozesses sowie deren theoretische Herleitung aus der Managementforschung. 11. Methoden zur Analyse externer Rahmenbedingungen (Wettbewerbsanalysen, Branchenstrukturanalyse nach Porter, Analyse des globalen Umfelds im Rahmen der PESTEL-Analyse) 12. Innovation und Unternehmertum als Bestandteil des strategischen Managements.
Literaturempfehlungen	Johnson, G./Whittington, R./Scholes, K./Angwin, D./Regnér, D. (2017): Exploring strategy. Text and Cases, 11. Aufl., Harlow 2017 Kreikebaum, H./Gilbert, D. U./Behnam, M. (2018): Strategisches Management, Stuttgart. Mintzberg, H./Ahlstrand, B./Lampel, J. (2002): Strategy Safari, New York 2002 (in deutscher Sprache: Dies. (2012): Strategy Safari: Der Wegweiser durch den Dschungel des strategischen Managements, 2. Aufl., München 2012)

	Porter, M. E. (2013): Wettbewerbsstrategie. Methoden zur Analyse von Branchen und Konkurrenten, 12. Aufl., Frankfurt 201
--	--

Subject area	Electives	MAD 2
Modul	Interculturality and Diversity	MAD 2.2

Verantwortliche/r	Prof. Dr Roland Frank	
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr	
Verwendbarkeit	Master programmes	
ECTS-Punkte	5	
ECTS Stunden	130	
Gesamtworkload (UE)	173	
Lehrzeit (UE)	54	9 Tage á 6 Unterrichtsstunden
Lernzeit (UE)	119	
Studienprogramm	90 ECTS	
Semester	2	
Ty	Wahlfach	
Voraussetzungen	keine	
Lehr- und Lernform	Blended	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Mündlich (20 minutes)	
Prüfungsleistung	Undifferenziert	

Lernergebnisse und Kompetenzen	Die Studierenden kennen die Bedeutung der Globalisierung und die gestiegene Bedeutung von interkultureller Kommunikation und interkultureller Kompetenz. Sie kennen Problemfelder, Methoden, theoretische Ansätze und zentrale Konzepte der Debatten um Gender und Diversity. Die Studierenden kennen ▪ Die Bedeutung der Globalisierung und der gestiegenen Bedeutung von interkultureller Kommunikation und interkultureller Kompetenz. ▪ Problembereiche, Methoden, Theorieansätze sowie zentrale Begriffe der Debatten über Gender und Diversity. Die Studierenden sind in der Lage, ▪ Gleichstellungs- und Integrations-Konzepte zu verstehen und zu analysieren. ▪ Wettbewerbsvorteile durch die Umsetzung von Gleichstellungs- und Integrations-Konzepten zu erkennen und zu kommunizieren.
--------------------------------	---

	▪ Konzepte für integratives unternehmerisches Handeln eigenständig zu entwickeln, zu planen und zu kommunizieren.
Inhalte	1. Grundlagen der Globalisierung 2. Interkulturelle Kompetenz 3. Grundlagen der interkulturellen Kommunikation 4. Diskurse und Perspektiven der Gender- und Diversity-Debatte 5. Gender-bezogene Management Konzepte 6. Diversity-bezogene Management Konzepte 7. Theoretische Implementierungsansätze 8. Fallstudien deutscher und internationaler Unternehmen
Literaturempfehlungen	Krell, Gertraude, Renate Ortlieb und Barbara Sieben (2018): Gender und Diversity in Organisationen – Grundlegendes zur Chancengleichheit durch Personalpolitik, Wiesbaden. Lüsebrink, Hans-Jürgen (2016): Interkulturelle Kommunikation – Interaktion, Fremdwahrnehmung, Kulturtransfer, 4. Aufl., Stuttgart. Plummer, Deborah (2018): Handbook of Diversity Management: Inclusive Strategies for Driving Organizational Excellence, Boston.

Fachgebiet	Electives	MAD 2
Modul	Corporate Social Responsibility (CSR) and Sustainability	MAD 2.3

Verantwortliche/r	Prof. Dr Helmar Baum	
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr	
Verwendbarkeit	Alle Masterprogramme	
ECTS-Punkte	5	
ECTS Stunden	130	
Gesamtworkload (UE)	173	
Teaching time (UE)	54	9 Tage à 6 Unterrichtsstunden
Lernzeit (UE)	119	
Studienprogramm	90 ECTS	
Semester	2	
Ty	Wahlfach	
Voraussetzungen	keine	
Lehr- und Lernform	Blended	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Mündlich (20 Minuten)	
Prüfungsleistung	Undifferenziert	

Lernergebnisse und Kompetenzen	Einführung der Studierenden in die Nachhaltigkeit, Verständnis für CSR und ihre Bedeutung in verschiedenen Bereichen wie Umwelt, Wirtschaft und Gesellschaft. Verstehen, wie man die Grundsätze des nachhaltigen und unternehmerischen Handelns in verschiedenen Kontexten anwenden kann. Die Studierenden sind in der Lage, ▪ CSR- und Nachhaltigkeits-Konzepte zu verstehen und zu analysieren, dies gilt insbesondere für die Zusammenhänge zwischen sozialen, ökologischen und ökonomischen Aspekten. ▪ mögliche Planungsansätze für nachhaltiges, unternehmerisches Handeln zu entwickeln.
Inhalte	1. Theoretische Grundlagen einer verantwortungsvollen Unternehmensführung 2. Managementansätze für CSR

	3. Diskurse und Perspektiven in der CSR 4. CSR und Unternehmenskommunikation 5. Grundlagen und Strategien für nachhaltiges Handeln in der Unternehmensführung 6. Konzeptionelle und theoretische Ansätze
Literaturempfehlungen	Brüggemann, Stefan; Brüssel, Christoph et al. (Hrsg.) (2018): Nachhaltigkeit in der Unternehmenspraxis: Impulse für Wirtschaft und Politik, Wiesbaden Hinrichs, Bernd (2021): Nachhaltigkeit als Unternehmensstrategie: Roadmap für nachhaltiges Wirtschaften und Innovation, Freiburg Schneider, Andreas, Schmidpeter, René (Hrsg.) (2015): Corporate Social Responsibility – Verantwortungsvolle Unternehmensführung in Theorie und Praxis, 2. Aufl., Berlin

Fachgebiet	Electives	MAD 2
Modul	Innovation & Emerging Technologies	MAD 2.4

Verantwortliche/r	Prof. Dr Roland Frank	
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr	
Verwendbarkeit	In allen Masterstudiengängen	
ECTS-Punkte	5	
ECTS Stunden	130	
Gesamtworkload (UE)	173	
Lehrzeit (UE)	54	9 Tage à 6 Unterrichtsstunden
Lernzeit (UE)	119	
Studienprogramm	90 ECTS	
Semester	2	
Ty	Wahlfach	
Voraussetzungen	keine	
Lehr- und Lernform	Blended	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Schriftlich (Klausur 90 Minuten)	
Prüfungsleistung	Undifferenziert	

Lernergebnisse und Kompetenzen	Die Studierenden wissen und verstehen, wie sie den technologischen Wandel in Unternehmen der Kreativindustrie vorantreiben können. Sie schlüpfen dabei in die Rolle eines Intrapreneurs – also eines eigenständigen Unternehmers innerhalb des Unternehmens –, um so Innovationen anzustoßen, zu organisieren und zu evaluieren. Die Studierenden können - sowohl innovative als auch kreative Aufgabenstellungen innerhalb von Unternehmen der Kreativindustrie identifizieren, abstrahieren, strukturieren und ganzheitlich lösen. - Innovationsanstrengungen von Unternehmen lenken und überwachen. Dazu gehören die Konzeptionierung und Durchführung von Produktentwicklungen, Markteinführungen und das Controlling der Maßnahmen. - wissenschaftlich Argumente im Fachgebiet Innovationsmanagement erarbeiten und selbstständig weiterführende Lernprozesse gestalten.
--------------------------------	---

	ethisch moralische Gesichtspunkte der Technologieentwicklung in Entscheidungsfindungen mit einbeziehen.
Inhalte	1. Disruption und Wandel durch neue Technologien 2. Konzeptionelle Grundlagen des Innovationsmanagements 3. Innovationsmanagement in Unternehmen - Fallstudien 4. Digitale Transformation als Managementaufgabe 5. Innovationsmanagement-Methoden 6. Ideenentwicklung mit Hilfe von Design Thinking 7. Prototyping 8. Evaluation der Innovation und strategisches Innovationsmanagement 9. Planung von internen Kommunikationsmaßnahmen 10. Verankerung von Innovationsprozessen in Unternehmen
Literaturempfehlungen	Christensen (2016): The Innovator's Dilemma: When New Technologies Cause Great Firms to Fail, Harvard. Disselkamp (2012): Innovationsmanagement: Instrumente und Methoden zur Umsetzung im Unternehmen, Wiesbaden. Hauschildt et al. (2016): Innovationsmanagement, München. Lewrick, Michael (2017): Das Design Thinking Playbook: Mit traditionellen, aktuellen und zukünftigen Erfolgsfaktoren. Vahlen. Moore (2014): Crossing the Chasm: Marketing and Selling Disruptive Products to Mainstream Customers, New York. Ries (2014): Lean Startup: Schnell, risikolos und erfolgreich Unternehmen gründen, München.

3 TECHNOLOGY AND AI

Fachgebiet	Technology and AI	MAD 3
Modul	Experience Design and Human Interaction	MAD 3.1

Verantwortliche/r	Manfred Feiger	
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr	
Verwendbarkeit	Nur in diesem Studiengang	
ECTS-Punkte	5	
ECTS Stunden	130	
Gesamtworkload (UE)	173	
Lehrzeit (UE)	42	e.g. 7 Tage á 6 Unterrichtsstunden
Lernzeit (UE)	131	
Studienprogramm	60 ECTS	90 ECTS
Semester	1	1
Ty	Wahlpflichtfach für Spezialisierung	
Voraussetzungen	Blended	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Praktisch	
Prüfungsleistung	differenziert (mindestens die Note 4.0)	

Lernergebnisse und Kompetenzen	Dieses Modul deckt sowohl theoretische als auch praktische Aspekte ab und bildet eine solide Grundlage für die konzeptionellen und praktischen Gestaltungsprozesse in den Bereichen Interaktionsdesign, User Experience Design und Interface Design. Mit dem Abschluss dieses Moduls erwerben die Lernenden eine umfassende Wissensbasis, die sowohl Sachinformationen als auch konzeptionelles Verständnis umfasst. Die Studierenden erhalten eine gründliche Einführung in das Forschungsgebiet der Mensch-Computer-Interaktion, das historische Entwicklungen und Paradigmenwechsel im Laufe der Zeit umfasst. Sie erlernen Methoden, Prozesse und Werkzeuge für die Analyse, Gestaltung und Bewertung von Benutzeroberflächen, die von klassischen GUIs bis hin zu innovativen interaktiven Technologien wie Konversationsschnittstellen, greifbaren Benutzeroberflächen und Virtual Reality reichen. Die Studierenden sind in der Lage,
--------------------------------	--

	▪ Human-Centered Design (HCD) Prozesse auf reale (Schnittstellen-) Design-Herausforderungen anzuwenden, um funktionierende und ansprechende Schnittstellen zu schaffen. ▪ künstliche Intelligenz in Verbindung mit dem HCD-Prozess zur Gestaltung wirkungsvoller Schnittstellen-Designs für digitale Medien zu nutzen. ▪ Mensch-Maschine-Interaktion durch Verständnis und Anwendung kognitiver Prinzipien im Interaktionsprozess zu verbessern. ▪ Usability-Prinzipien und -Methoden zur Verbesserung der Usability für Produkte oder bestimmte Zielgruppen, einschließlich Menschen mit Behinderungen zu verstehen, zu analysieren und zu bewerten.
Inhalte	1. Grundlagen der Mensch-Maschine-Interaktion ▪ Begriffsbestimmungen ▪ Geschichte der Mensch-Computer-Interaktion ▪ Grundmodelle der menschlichen Informationsverarbeitung 2. Trends bei der Mensch-Computer-Interaktion ▪ Intelligente Systeme ▪ Erweiterte Realität ▪ Ubiquitous Computing ▪ Multimodale Wechselwirkung ▪ Sonstige aktuelle Trends 3. The ISO standards 9241-X ▪ Begriffe und Definitionen ▪ Anforderungen an die Gebrauchstauglichkeit (11) ▪ Interaktionsprinzipien und Usability (110) ▪ Human-centered Design für interactive Systeme (210) 4. Grundlagen User Experience ▪ Geschichte ▪ Begriffe ▪ Prozesse - Benutzerzentrierter Design-Prozess - Mensch-zentrierter Design Prozess ▪ Methoden des User Experience Design - Journey Mapping - Personen - Wireframes - Prototyping - andere ▪ Konzeptionelle Grundlagen

	- Requirement engineering - Informationsarchitektur - Interaction Design - Interface Design - Usability Testing - Benutzerforschung ▪ Differenzierungsfaktoren: Emotion, Spiel und Storytelling 5. Angewandtes Interface-Design für Web und Mobil • Elemente • Muster • Angewandtes Design • Zeitgenössische Beispiele und Anwendungen 6. AI-Tools zur Unterstützung des Prozesses 7. Techniken für User Testing im Web 8. Ethische, rechtliche, gesellschaftliche Implikationen (ELSI) des interaktiven Technologydesigns Prototyping für Schnittstellen (GUI, TUI, CUI, BCI u. a.)
Literaturempfehlungen	Moggridge, Bill: Designing Interactions. 2006, Publisher: MIT Press Krug, Steve: Don't make me think. 2000, Publisher: New Riders Saffer, Dan: Designing for Interaction: Creating Innovative Applications and Devices. 2006, Publisher: New Riders Norman, Donald: The Design of everyday things. 1998, Publisher: Basic Books Norman, Donald: Emotional design: Why we love (or hate) everyday things. 2004, Basic Books Cooper, Alan: About Face 3: The Essentials of Interaction Design. 2007, Publisher: Wiley Garrett, Jesse James: The Elements of User Experience, 2002, New Riders Raskin, Jef: The Humane Interface: New Directions for Designing Interactive Systems. 2000, Publisher: Addison-Wesley Pereyra, Ignacio: Universal Principles of UX. 2023, Rockport Publishers

Fachgebiet	Technology and AI	MAD 3.
Modul	Immersive Media Technologies	MAD 3.2

Verantwortliche/r	Manfred Feiger	
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr	
Verwendbarkeit	Nur in diesem Studiengang	
ECTS-Punkte	5	
ECTS Stunden	130	
Gesamtworkload (UE)	173	
Lehrzeit (UE)	42	e.g. 7 Tage á 6 Unterrichtsstunden
Lernzeit (UE)	131	
Studienprogramm	60 ECTS	90 ECTS
Semester	1	1
Typ	Wahlpflichtfach für Spezialisierung	
Voraussetzungen	Blended	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Praktisch: Medienprodukt	
Prüfungsleistung	Differenziert (mindestens die Note 4.0)	

Lernergebnisse und Kompetenzen	Dieses Modul deckt sowohl theoretische als auch praktische Aspekte ab und bildet eine solide Grundlage für die konzeptionellen und praktischen Gestaltungsprozesse im Bereich Augmented Realities. Mit dem Abschluss dieses Moduls erwerben die Lernenden eine umfassende Wissensbasis, die sowohl Sachinformationen als auch konzeptionelles Verständnis umfasst. Der Schwerpunkt liegt auf dem Erlernen von Gestaltungsgrundsätzen und -anwendungen, die sorgfältig aus verschiedenen traditionellen Disziplinen wie Film, Animation, Spiele, Theater, Interaktionsdesign, Szenografie, Architektur, Sound und Musik destilliert wurden. Schließlich konnten die erlernten Prinzipien auf einen XR-Prototyp übertragen werden. Die Studierenden können die grundlegenden ästhetischen, strukturellen und dramaturgischen Elemente zeitbasierter und interaktiver Szenarien und Erfahrungen identifizieren und beschreiben.
--------------------------------	--

	▪ Kernprinzipien und -techniken konzeptioneller und praktischer Gestaltung verstehen und ausstellen und deren Einfluss auf erweiterte Realitäten untersuchen. Die Studierenden sind in der Lage, ▪ erweiterte Realitäten hinsichtlich ihrer Nutzung von Raum, Zeit, Bewegung, Klang und Interaktion zu analysieren und zu beschreiben. ▪ grundlegende Werkzeuge und Methoden der Planung präzise und sorgfältig auf ein klar definiertes Problem und Wertschätzung der Komplexität erweiterter Realitäten anzuwenden. Sie zeigen ein tiefes Verständnis für ethische Fragen und Geschichte im Bereich erweiterter Realitäten und führen eine nachdenkliche Diskussion darüber im Zusammenhang mit persönlichen Überzeugungen und Wertvorstellungen. Die Studierenden zeigen ein Verständnis für verschiedene Arten von Sprachen und Konventionen, die in erweiterten Realitäten verwendet werden.
Inhalt	1. Grundlegende Konzeption und Prototyping für Augmented Realities. 2. Augmented Reality (AR) 3. Mixed Reality (MR) 4. Virtual Reality (VR) 5. Spatial design and spatial vision 6. Grundsätze und Konzepte von Ambient Design 7. Weltbaukonzepte mit computergenerierten Bildern und Animationen. 8. Grundprinzipien der Kinematographie und des visuellen Storytellings in Film, Games und Animation 9. Grundlagen der 3D-Modellierung und 3D-Animation 10. Grundlegende Elemente und Prinzipien des Spiele Designs 11. Einführung in benutzerzentrierte Designmethoden und Interface-Design in Augmented Realities 12. Eingabegeräte 13. Navigation 14. Benutzer Engagement 15. Interaktionskonzepte 16. Sicherheit, Inklusion und andere Faktoren 17. Einführung in die Analyse und Kritik bestehender Konzepte im Bereich Augmented Realities 18. Techniken für Benutzertests in VR 19. Prototyping für XR

Literaturempfehlungen	Dörner, R.; Broll, W.; Grimm, P.; Jung, B.: Virtual und Augmented Reality, 2014, Springer Jerald, Jason: The VR Book: Human-Centered Design for Virtual Reality, 2016, Morgan & Claypool Publishers-Acm LaValle, Steven M.: Virtual Reality., 2024, Cambridge University Press. Available in older free pdf version: https://lavalle.pl/vr/ (as of 28.03.2024) Billinghurst, Mark; Clark, Adrian; Lee, Gun: A Survey of Augmented Reality. In: Foundations and Trends in Human-Computer Interaction, Vol. 8, Nr. 2-3, S.73-272. Schmalstieg, Dieter; Hollerer Tobias: Augmented Reality: Principles and Practice (Usability), 2016, Pearson Internationa
-----------------------	--

Fachgebiet	Technology and AI	MAD 3
Modul	Generative Design and Creative Coding	MAD 3.3

Verantwortliche/r	n.n.	
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr	
Verwendbarkeit	Nur in diesem Studiengang	
ECTS-Punkte	5	
ECTS Stunden	130	
Gesamtworkload (UE)	173	
Lehrzeit (UE)	42	e.g. 7 Tage á 6 Unterrichtsstunden
Lernzeit (UE)	131	
Studienprogramm	60 ECTS	90 ECTS
Semester	1	1
Typ	Wahlpflichtfach für Spezialisierung	
Voraussetzungen	Blended	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Praktisch: Medienprodukt	
Prüfungsleistung	differenziert (mindestens die Note 4,0)	

Lernergebnisse und Kompetenzen	Das Modul "Generatives Design und Kreatives Codieren" hat zum Ziel, die Schnittstelle von Designprinzipien und Codierungstechniken zu erforschen, um innovative und visuell ansprechende generative Kunst zu schaffen. Die Studierenden können - Methoden und Prinzipien von Software-Frameworks für die prozedurale Erstellung und Gestaltung digitaler Medien verstehen und anwenden. - ihre prozedurale Kompetenz durch den Einsatz von Algorithmen, Codierung oder visueller Programmierung verbessern. - bestehende Codes analysieren und auswerten, um eigene visuelle Interpretationen zu erstellen. - kreatives Verfahrenssystem antizipieren, konzipieren und umsetzen.
Inhalte	1. Einführung in generative Designkonzepte und Prinzipien des prozeduralen Rahmens Anwendungsfälle von generativem Design und kreativer Coding

	▪ Analyse von Fallstudien in der generativen Codierung und der generativen Kunst ▪ Übungen zur Vermittlung elementarer Repräsentationsprinzipien ▪ Grundtechniken der Bildkomposition und Programmierung - Objekt - Oberfläche - Raum - Zeit - Verhalten und Interaktion ▪ Nutzung von KI zur Unterstützung des Programmierungsprozesses ▪ Datenquellen und deren Handhabung - APIs - JSON - Arbeiten mit Sensoren und anderen 2. Erstellung und Präsentation von Konzepten für prozedurale Digitale Medien für verschiedene Bereiche. 3. Praxiserfahrungen mit exemplarischen Werkzeugen zur prozeduralen Gestaltung, Anwendung dieser Werkzeuge in Demonstrationsprojekten, die umfassendere Konzepte veranschaulichen. 4. Hands-on-Projekte zur Erstellung generativer Werke.
Literaturempfehlungen	Casey Reas, Ben Fry. Processing: A Programming Handbook for Visual Designers and Artists. 2007, The MIT Press John Maeda: Creative Code: Aesthetics + Computation, 2004, Thames & Hudson Benedikt Gross, Hartmut Bohnacker, Julia Laub: Generative Design: Visualize, Program, and Create with JavaScript in p5.js, 2018, Princeton Architectural Press Colin Ware, Information Visualization: Perception for Design (Interactive Technologies), 2012, Morgan Kaufmann Robert Klanten, S. Ehmann, Lukas Feireiss: A Touch of Code: Interactive Installations and Experiences. 2011, Die Gestalten V. J. Manzo, Max/MSP/Jitter for Music: A Practical Guide to Developing Interactive Music Systems for Education and More, 2011, Oxford University Press

Fachgebiet	Technology and AI	MAD 3
Modul	Emerging Technologies in Design Exploration	MAD 3.4

Verantwortliche/r	Manfred Feiger	
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr	
Verwendbarkeit	Nur in diesem Studiengang	
ECTS-Punkte	5	
ECTS Stunden	130	
Gesamtworkload (UE)	173	
Lehrzeit (UE)	42	e.g. 7 Tage á 6 Unterrichtsstunden
Lernzeit (UE)	130	
Studienprogramm	90 ECTS	
Semester	2	
Typ	Wahlpflichtfach für Spezialisierung	
Voraussetzungen	Blended	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Praktisch: Medienprodukt	
Prüfungsleistung	Differenziert mnindestens die Note 4.0)	

Lernergebnisse und Kompetenzen	Ziel dieses Moduls ist es, den Studierenden ein vertieftes Verständnis dafür zu vermitteln, wie aufkommende Technologien den Bereich Design prägen. Die Studierenden untersuchen den Einfluss neuer Technologien wie Augmented Reality, Virtual Reality und Internet of Things auf Designprozesse und -strategien, die es ihnen ermöglichen, in einer sich rasant entwickelnden Technologielandschaft innovativ zu sein und sich anzupassen. Die Studierenden sind in der Lage, - den Einfluss neuer Technologien auf Designtrends und -praktiken zu verstehen und zu analysieren. - potenzielle Vorteile und Grenzen der Integration neuer Technologien in Designprojekte zu bewerten. - innovative Designlösungen, die aufkommende Technologien effektiv nutzen, zu entwickeln.
--------------------------------	---

Inhalte	1. Aktuelle Trends, zukünftige Entwicklungen und das Verständnis der Rolle von Technologie in der Design-Experimentation. 2. Grundlagen des Internet of Things (IoT) verstehen und IoT-basierte Designlösungen als Prototypen nutzen. 3. Fallstudien zu erfolgreichen Anwendungen von Augmented Realities oder IoT-basierten Design-Lösungen für Forschungs- und Industrieprojekte. 4. Prototyping mit Augmented Realities, KI und IoT ▪ Nutzung von Augmented Realities (AR/VR) für Rapid Prototyping und Visualisierung im Design ▪ Einbindung von künstlicher Intelligenz für intelligentes Design-Prototyping ▪ Nutzung von IoT-Geräten zum Prototyping von interaktiven und vernetzten Designlösungen 5. Grenzen in der Designpraxis verschieben ▪ Erforschung innovativer Designlösungen durch neue Technologien ▪ Hands-on-Projekte zur Integration von IoT in Design-Lösungen. ▪ Verbundprojekte, die die Grenzen der traditionellen Designpraxis verschieben 6. Angewandte Spekulation über die Zukunft der Designpraktiken mit fortschrittlichen Technologien.
Literaturempfehlungen	Rose, E: IoT Inc.: How Your Company Can Use the Internet of Things to Win in the Outcome Economy, 2018 O'Sullivan, D., & Igoe, T.: Physical Computing: Sensing and Controlling the Physical World with Computers, 2004 Roberts, D.: Making Things Move Diy Mechanisms for Inventors, Hobbyists, and Artists, 2010 Igoe T.: Making Things Talk: Using Sensors, Networks, and Arduino to See, Hear, and Feel Your World, 2017 Hall-Geisler, S.: Designing Connected Products: UX for the Consumer Internet of Things, 2015

Fachgebiet	Technology and AI	MAD 3
Modul	Experimental Design Methods and Prototyping	MAD 3.5

Verantwortliche/r	Manfred Feiger	
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr	
Verwendbarkeit	Nur in diesem Studiengang	
ECTS-Punkte	5	
ECTS Stunden	130	
Gesamtworkload (UE)	173	
Lehrzeit (UE)	42	e.g. 7 Tage á 6 Unterrichtsstunden
Lernzeit (UE)	131	
Studienprogramm	90 ECTS	
Semester	2	
Typ	Wahlpflichtfach für Spezialisierung	
Voraussetzungen	Blended	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Praktisch: Medianprodukt	
Prüfungsleistung	differenziert (mindestens die Note 4.0)	

Lernergebnisse und Kompetenzen	Ziel dieses Moduls ist es, die Studierenden mit fortgeschrittenen Kenntnissen und Fertigkeiten auszustatten, um experimentelle Designmethoden und Prototyping-Techniken im Kontext von Designtechnologie und -strategie anzuwenden. Die Studierenden können ▪ Designprobleme kritisch analysieren, zugrundeliegende Prinzipien verstehen und innovative Lösungen vorschlagen. ▪ die Effektivität verschiedener Prototyping-Methoden bei der Bewältigung von Design-Herausforderungen bewerten. ▪ Prototypen mit modernen Technologien zur Erprobung und Validierung von Konstruktionskonzepten erstellen.
Inhalte	1. Einführung in Critical Design und experimentelle Designmethoden ▪ Design Thinking ▪ Überblick über kritische Gestaltungsgrundsätze und -konzepte

	▪ Ideationsmethoden und -techniken ▪ Speklatives Design ▪ Design Zukunft 2. Prototyping Techniken und Werkzeuge ▪ Einführung in das Prototyping im Designprozess ▪ Arten von Prototypen und ihre Zwecke (z. B. Low-Fidelity, High-Fidelity, digital, physisch) ▪ Prototyping-Methoden (z. B. iteratives Prototyping, Rapid Prototyping) ▪ Werkzeuge und Software für Prototyping ▪ Anwendertests und Feedback-Erfassung während der Prototypingphase ▪ Einbeziehung von Feedback zur Verfeinerung des Prototyps ▪ Einbeziehung von Feedback zur Verfeinerung des Prototyps ▪ Einbeziehung von Feedback zur Verfeinerung des Prototyps ▪ Fallstudien für erfolgreiche Prototyping-Prozess ▪ Ethische Überlegungen bei Prototyping und Anwendertests 3. Anwendertests und Feedback-Analysen ▪ Einführung in User Testing und Feedback-Analyse im Designprozess und dessen Begrenzung ▪ Fallstudien, die den Einfluss von Nutzerfeedback auf die Designentscheidung veranschaulichen 4. Das spekulative Design und seine Anwendung in der Innovation ▪ Beziehung zwischen spekulativem Design und Innovation ▪ Zukunftsszenarien und Möglichkeiten durch spekulatives Design erkunden ▪ Methoden zur Erstellung eines spekulativen Designkonzepts ▪ Kollaborative spekulative Design-Workshops oder Übungen ▪ Fallstudien zu erfolgreichen Anwendungen von spekulativem Design in Gesellschaft und Industrie 5. Erforschung von Zukunftsszenarien durch Design-Zukunftsmethodik ▪ Einführung in die Gestaltung der „zukünftigen“ Methodik ▪ Verständnis der Rolle des Zukunftsszenarios ▪ Methoden zur Erforschung künftiger Trends und Möglichkeiten ▪ Werkzeuge und Techniken zur Visualisierung von Zukunftsszenarien ▪ Fallstudien, die die Anwendung „zukünftiger“ Design-Methoden in verschiedenen Branchen demonstrieren ▪ Verbundprojekte zur Visualisierung von Zukunftsszenarien und deren Auswirkungen auf Designentscheidungen 6. Neue Technologien und KI-Tools zur Unterstützung des Einsatzes in Workshops und Hands-on-Kursen.
Literaturempfehlungen	Brown, T., & Katz, B.: Change by Design: How Design Thinking Transforms Organizations and Inspires Innovation, 2011

	Dunne, A., & Raby, F.: Speculative Everything: Design, Fiction, and Social Dreaming, 2013 Rynning, M.: Speculative Graphic Design: Visual Identity Branding as a Catalyst for Change, 2017 Maeda, J.: How to speak machine: laws of design for a computational age, 2019 Bleecker, J.: Design Fiction: A Short Essay on Design, Science, Fact, and Fiction, 2009 Fry, T.: Design Futuring: Sustainability, Ethics and New Practice, 2008
--	---

Fachgebiet	Technology and AI	MAD 3
Modul	AI-Driven Design Innovation	MAD 3.6

Verantwortliche/r	Manfred Feiger	
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr	
Verwendbarkeit	Nur in diesem Studiengang	
ECTS-Punkte	5	
ECTS Stunden	130	
Gesamtworkload (UE)	173	
Lehrzeit (UE)	42	e.g. 7 Tage á 6 Unterrichtsstunden
Lernzeit (UE)	131	
Studienprogramm	90 ECTS	
Semester	2	
Ty	Wahlpflichtfach für Spezialisierung	
Voraussetzungen	Blended	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Praktisch: Medienprodukt	
Prüfungsleistung	differenziert (mindestens die Note 4,0)	

Lernergebnisse und Kompetenzen	Ziel des Moduls ist es, die innovative Integration von Künstlicher Intelligenz (KI)-Technologien in den Designprozess zu untersuchen, wobei der Schwerpunkt auf der Nutzung von KI-Tools und -Algorithmen für Automatisierung, datengetriebene Entscheidungsfindung und kreative Verbesserung liegt. Die Studierenden sind in der Lage, ▪ die Auswirkungen von KI-Technologien auf Designprozesse kritisch zu bewerten. ▪ die Effektivität von KI-gesteuerten Lösungen bei der Optimierung der Benutzererfahrungen zu bewerten. ▪ innovative Designlösungen durch Nutzung der Kraft von KI-Technologien zu generieren.
Inhalte	1. Design im Zeitalter von AI ▪ Was ist Künstliche Intelligenz und was sind die wichtigsten Meilensteine?

	▪ Generative AI ▪ Prompt Engineering 2. Einführung AI in Design Innovation ▪ Werkzeuge und Anwendungen zur Steigerung von Kreativität und Effizienz. ▪ Tools und Anwendungen zur Datenanalyse, Erkennung von Mustern und Generierung innovativer Lösungen. ▪ Tools und Anwendungen zur Automatisierung von Aufgaben, zur Vorhersage von Benutzerpräferenzen, zur Optimierung von Designs und zur Erstellung neuer Konzepte. 3. Datengesteuerte Entscheidungsfindung im Design ▪ Lernen Sie, wie Sie Daten nutzen können, um Designentscheidungen zu informieren und zu leiten, Kreativität und Effektivität im Designprozess zu steigern. ▪ Verstehen der Rolle von Daten bei der Erstellung nutzerzentrierter Designlösungen durch Analyse des Nutzerverhaltens, der Präferenzen und des Feedbacks. ▪ Entdecken Sie, wie die Datenanalyse Trends, Muster und Optimierungsmöglichkeiten zur Verbesserung der Design-Ergebnisse aufdecken kann 4. Kreative Verbesserung durch KI-Technologien 5. Fallstudien und praktische Anwendungen 6. Wie man die Zukunft gestaltet: Wesentliche Faktoren für KI-gestützte Produkte ▪ Umgang mit Bias in AI ▪ Design für Vertrauen, KI-Prinzipien von Unternehmen ▪ Ethische Überlegungen bei der Anwendung von AI
Literaturempfehlungen	Marcus du Sautoy: The Creativity Code: Art and Innovation in the Age of AI, 2019 Jon Adams: AI Foundations of Generative AI: Easy To Read Guide Introducing the Foundations Of Generative AI, 2024 Ben Shneiderman: Human-Centered AI, 2022 Peter H. Diamandis: The Future Is Faster Than You Think: How Converging Technologies Are Transforming Business, Industries, and Our Lives (Exponential Technology Series), 2020 Ajay Agrawal, Joshua Gans, Avi Goldfarb: Power and Prediction: The Disruptive Economics of Artificial Intelligence, 2022 Mustafa Suleyman: The Coming Wave: Technology, Power, and the Twenty-first Century's Greatest Dilemma, 2023 Ethan Mollick: Co-Intelligence: Living and Working with AI, 2024 Example of google and their AI responsibility: https://ai.google/responsibility/principles/

4 ARTS AND CULTURE

Fachgebiet	Arts and Culture	MAD 4.
Modul	Social Design Practice	MAD 4.1

Verantwortliche/r	Prof. Christian Malterer	
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr.	
Verwendbarkeit	Nur in diesem Studiengang.	
ECTS-Punkte	5	
ECTS Stunden	130	
Gesamtworkload (UE)	173	
Lehrzeit (UE)	42	e.g. 7 days á 6 teaching units
Lernzeit (UE)	131	
Studienprogramm	60 ECTS	90 ECTS
Semester	1	1
Typ	Wahlpflicht für Spezialisierung	
Lehr- und Lernform	Blended	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Praktisch	
Prüfungsleistung	differenziert (mindestens die Note 4,0)	

Lernergebnisse und Kompetenzen	Dieses Modul vermittelt den Gestaltern eine Reihe von Kompetenzen, um als zukünftige Gestalter in gesellschaftlichen Transformationsprozessen eine verantwortungsvolle Rolle übernehmen zu können. Die Studierenden sollen befähigt werden, eine fortgeschrittene interdisziplinäre und reflexive Designpraxis zu entwickeln und forschungs-basierte Designtheorien zu untersuchen und darauf zu reagieren. Die Studierenden können
--------------------------------	---

	▪ konzeptionelle, kritische und theoretische Rahmenbedingungen in der Social Design Praxis kritisch analysieren und artikulieren. ▪ komplexe visuelle Konzepte, die durch fortgeschrittene Forschung aus einem sozialen Designkontext beeinflusst werden, erstellen und reflektieren. ▪ fachliche und gestalterische Perspektiven bei der Förderung interdisziplinärer Gestaltungspraxis artikulieren und fördern.
Inhalte	1. Design and responsibility, courageous and committed designers make knowledge visible, usable and communicable in social contexts. 2. Using methods of design ethnography, participatory design and co-design, students conduct research on site in "real" living spaces (e.g. neighborhoods, retirement homes, schools, etc.) using interactive and tangible prototypes at eye level with co-designers as experts for their own everyday lives. 3. Ganzheitliches Design (z. B. durch Produkt-, Interface-, Kommunikationsdesign, etc.) findet im Spannungsfeld zwischen Soziologie und Psychologie im Zusammenhang mit angewandten Designforschungsprojekten in interdisziplinären Projektteams statt.. 4. Designrelevante Einzeltheorien, Themen und Methoden der humanwissenschaftlichen Disziplinen, wie die Grundlagen der Hermeneutik (Kognitionsformen, Repräsentation, Interpretation), die Grundlagen empirischer Sozialwissenschaften (Möglichkeiten und Grenzen quantitativer und qualitativer Kognitionsmethoden). 5. Fragen der Sinnbildung im Design werden anhand aktueller Publikationen vorgestellt und diskutiert 6. Historische Perspektiven des sozialen Designs. 7. Interdisziplinäre Gestaltungsansätze in sozioökonomischen und kulturellen Kontexten 8. Förderung kreativer Fähigkeiten und reflexiver Praktiken durch praktische Übungen 9. Forschung und Entwicklung in der künstlerischen Konzeptualisierung. 10. Kritische Reflexion und Präsentation aus der Perspektive des Social Design.

Fachgebiet	Arts and Culture	MAD 4.
Modul	New Media Design Culture	MAD 4.2

Verantwortliche/r	Prof. Christian Malterer	
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr.	
Verwendbarkeit	Nur in diesem Studiengang.	
ECTS-Punkte	5	
ECTS Stunden	130	
Gesamtworkload (UE)	173	
Lehrzeit (UE)	42	e.g. 7 Tage á 6 Unterrichtsstunden
Lernzeit (UE)	131	
Studienprogramm	60 ECTS	90 ECTS
Semester	1	1
Typ	Wahlpflichtfach für Spezialisierung	
Voraussetzungen	Blended	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Praktisch	
Prüfungsleistung	Differentiated (at least a grade of 4.0)	

Lernergebnisse und Kompetenzen	Das Studium entwickelt kritische Medientheorie und betont die gesellschaftlichen Transformationen der digitalen Kultur. Fokussierung auf digitale Medienkompetenz als wichtiger Bestandteil der Produktion und des Konsums von Informationen bei Studium und Erwerb beruflicher Kompetenzen Die Studierenden sind in der Lage, ▪ die Produktion und den Konsums neuen Mediendesigns im sozioökonomischen und kulturellen Kontext kritisch zu analysieren und zu bewerten. ▪ neue Mediendesignrends, die die Wechselbeziehung zwischen Medieninformationskompetenzen und transformativer Designpraxis untersuchen, zu generieren und zu reflektieren.
--------------------------------	---

	▪ neue Methoden und Prinzipien des Mediendesigns in einem interdisziplinären Kontext zu erforschen und anzuwenden.
Inhalte	1. Entwicklung und Einfluss neuer Medien auf Gesellschaft und Kultur. 2. Theoretische Grundlagen und Praxis neuer Medienformen 3. Kritische Analyse von Medientrends und deren Auswirkungen auf das Design 4. Erzähltechniken und Anwendung in interaktiven Medien. 5. Entwicklung von Forschungsprojekten zur Medienkultur 6. Erforschung neuer Konzepte der Medien- und Informationskompetenz, die vier miteinander verknüpfte Kompetenzen vereinen: Informationskompetenz, Medienkompetenz, Technologiekompetenz und Digitalkompetenz 7. Ref. UNESCO-Strategie, Medien-Design-und-Gesellschaft 8. Untersuchung einer sich ständig verändernden und sich verändernden Welt, in der Lese- und Schreibkompetenzen zu den Kernkompetenzen der Designkultur beitragen: ▪ Informationskompetenz: Fähigkeit, Informationen zu finden, zu analysieren und zu nutzen. ▪ Medienkompetenz: Fähigkeit, Zugang zu Medienressourcen zu erhalten, Inhalte zu analysieren, eine Medienbotschaft einzuschätzen sowie Inhalte zur Selbstverwirklichung und Kommunikation zu erstellen. ▪ Technologische und digitale Kompetenzen: Fähigkeit zur Nutzung moderner Informationstechnologien und Software unter Berücksichtigung aller Möglichkeiten, die die heutige Welt bietet. ▪ Digitale Kompetenz ist eine der acht Grundkompetenzen eines modernen, gebildeten Menschen, wie sie von der Europäischen Kommission festgelegt wurden.

Fachgebiet	Arts and Culture	MAD 4
Modul	Design Economics	MAD 4.3

Verantwortliche/r	Prof. Britta Wiemer	
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr	
Verwendbarkeit	Only in this programme	
ECTS-Punkte	5	
ECTS Stunden	130	
Gesamtworkload (UE)	173	
Lehrzeit (UE)	42	e.g. 7 Tage á 6 Unterrichtsstunden
Lernzeit (UE)	131	
Studienprogramm	60 ECTS	90 ECTS
Semester	1	1
Typ	Elective	
Voraussetzungen	keine	
Lehr- und Lernform	Blended	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	schriftlich	
Prüfungsleistung	Differenziert (mindestens die Note 4,0)	

Lernergebnisse und Kompetenzen	Dieser Kurs befähigt die Studierenden, die wirtschaftlichen Aspekte des Designs zu analysieren, einschließlich Marktstrategien, Preisgestaltung und Entwicklung von wirtschaftlichen Designmodellen. Die Studierenden kennen ▪ die Akteure und Geschäftsmodelle sowie Unterschiede und Gemeinsamkeiten der Creative Economy und der Design Economy. Sie kennen das Konzept des geistigen Eigentums. ▪ Aufgabenfelder und Berufsbilder von Designern in Industrie und Wirtschaft sowie deren Bedeutung. ▪ den Beitrag, den Designleistungen zur Gesamtwirtschaft leisten.
--------------------------------	--

	- sozioökonomische, ökologische und (inter)kulturelle Fragestellungen zu Unternehmensprozessen. Sie wissen wie Branding von und durch Unternehmen den Unternehmenswert steigert. Die Studierenden können - Geschäftsmodelle erläutern und entsprechenden Kategorien der Design Economy zuzuordnen. - beurteilen, welche Aufgabenfelder Designer in Industrie und Wirtschaft bewältigen können und welche Kompetenzen sie dafür benötigen. - Kriterien zu entwickeln, anhand derer der wirtschaftliche Beitrag von Designleistung(en) messbar gemacht wird. - Prozesse in unterschiedlichen Organisationsformen von Unternehmungen in Hinblick auf ihren Beitrag zur Wertschöpfung und Wertebildung in unterschiedlichen Regionen analysieren. Die Studierenden sind in der Lage, - die Bedeutung und Auswirkung von Designtätigkeit in Industrie und Wirtschaft zu erläutern und argumentativ zu vertreten. - anhand der von ihnen entwickelten Kriterien den Beitrag von Designleistungen zur Gesamtwirtschaft aufzuzeigen und zu erläutern. - anhand von Beispielen zu erklären, mit welchen Maßnahmen Unternehmen ihre Kultur nach innen und außen wertsteigernd verändern und ihr Umfeld dadurch beeinflussen.
Inhalte	- Design Economy – Business Modelle - Role of Designers in Industry and Economy - Value of Design in the Economy - Design als strategischer Faktor in Wirtschaftsunternehmen
Literaturempfehlungen	

Fachgebiet	Arts and Culture	MAD 4.
Modul	Visual Culture Studies	MAD 4.4

Verantwortliche/r	Prof. Christian Malterer		
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr.		
Verwendbarkeit	Nur in diesem Studiengang.		
ECTS-Punkte	5		
ECTS Stunden	130		
Gesamtworkload (UE)	173		
Lehrzeit (UE)	42	e.g. 7 days á 6 teaching units	
Lernzeit (UE)	131		
Studienprogramm	90 ECTS		
Semester	2		
Typ	Wahlpflichtfach für Spezialisierung.		
Voraussetzungen	keine		
Lehr- und Lernform	Blended		
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten			
Prüfungsform	Schriftlich		
Prüfungsleistung	Differentiated (at least a grade of 4.0)		

Lernergebnisse und Kompetenzen	Die Studierenden erwerben ein Verständnis für visuelle Kultur, ein interdisziplinäres Studienfeld, das historisches Wissen, kritisches Denken und Reflexion visueller Bilder im Kontext von Produktion und Konsum miteinander verbindet. Sie entwickeln kritische Denkfähigkeiten, die den Blick auf eine Reihe von Still- und Bewegungsbildern im Bereich der alltäglichen kulturellen Einflüsse auf Gesellschaften und Individuen erleichtern. Die Studierenden sind in der Lage,
--------------------------------	---

	▪ Theorien und Ästhetiken visueller Bilder kritisch zu analysieren und zu diskutieren, um soziokulturelle Fragen anzusprechen und zu vermitteln. ▪ den Einfluss der visuellen Kulturideologie auf die Produktion und den Konsum von Medien zu erforschen und zu artikulieren. ▪ visuelle Forschungsmethoden und -prozesse zu verwenden, um Daten zu generieren.
Inhalte	1. Einführung in Theorien und Konzepte der visuellen Kultur 2. Analyse visueller Medien in kulturellen Kontexten 3. Untersuchung des Zusammenhangs zwischen visueller Kultur und soziokulturellen Fragen 4. Die Rolle von Design und visueller Kultur im öffentlichen Raum 5. Praktische Anwendung von Wissen in der visuellen Kultur 6. Erforschung traditioneller und moderner Artefakte aus den Bereichen Kunstgeschichte, Grafikdesign und digitale Medien. 7. Visuelle Methoden, die Bilder zur Datenverarbeitung verwenden: visuelle Ethnographien, Fotoauslese oder partizipatives Mapping. 8. Exploring Ideology: dass Bilder aus verschiedenen sozialen und kulturellen Bereichen miteinander verbunden sind, wo Kunst, Werbung, Wissenschaft, Nachrichtenmedien und Unterhaltung miteinander verbunden sind und sich gegenseitig beeinflussen.

Fachgebiet	Arts and Culture	MAD 4.
Modul	Arts and Cultural Leadership	MAD 4.5

Verantwortliche/r	Prof. Britta Wiemer	
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr.	
Verwendbarkeit	Nur in diesem Studiengang.	
ECTS-Punkte	5	
ECTS Stunden	130	
Gesamtworkload (UE)	173	
Lehrzeit (UE)	42	e.g. 7 days á 6 teaching units
Lernzeit (UE)	131	
Studienprogramm	90 ECTS	
Semester	2	
Typ	Wahlpflichtfach für Spezialisierung.	
Voraussetzungen	Blended	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Schriftlich	
Prüfungsleistung	Differentiated (at least a grade of 4.0)	

Lernergebnisse und Kompetenzen	Die Studierenden kennen ▪ unterschiedliche Ansätze und Theorien von Leadership in verschiedenen Disziplinen ▪ strategische und operative Aufgaben in der Führung von Kulturbetrieben und -projekten. ▪ Konzepte der Individualisierung und kollektive Konzepte und können ihren Einfluss auf das Verständnis nachhaltigen Handelns nachvollziehen. Die Studierenden sind in der Lage,
--------------------------------	---

	- management-orientierte Leadership-Konzepte und kulturbildende Leadership-Konzepte zu unterscheiden und zu den unterschiedlichen Auffassungen und Kriterien Stellung zu beziehen. - den Einfluss von Kulturpolitik auf wertschöpfende und wertebildende Prozesse in Hinblick auf das kulturelle Kapital zu beschreiben und anhand von Kriterien zu beurteilen. - Schnittstellen zwischen Wirtschaft, Bildung, Politik und Kultur zu erkennen und deren Zusammenwirken projekt- oder aufgabenspezifisch einzuordnen. - Marketingstrategien und Geschäftsmodelle für Kunst- & Kulturinstitutionen und -projekte zu entwickeln und zu beurteilen und zugehörige Führungsaufgaben zu beschreiben. - Konzepte für nachhaltige Arts Organisationen zu beschreiben, zu analysieren und schließlich zu entwerfen. Die Studierenden können - zwischen verkörpertes kulturelles Kapital, objektiviertes kulturelles Kapital und institutionalisiertes kulturelles Kapital unterscheiden. Die Studierenden können Stellung nehmen zum Übereinkommen zur Erhaltung des immateriellen Kulturerbes der UNESCO. - Leadership-Konzepte für verschiedene Anwendungssituationen in der Kreativindustrie erstellen. - Konzepte analysieren, die kulturelles Kapital in wirtschaftlichen Nutzen transformieren. Sie sind in der Lage, mit Hilfe der Beurteilungskriterien für die Klassifikation von immateriellem Kulturerbe zu argumentieren und eigene Kriterien zu entwickeln und zu diskutieren.
Inhalte	1. Konzept Leadership 2. Kulturelles Kapital und immaterielles Kulturerbe 3. Wohlbefinden und sozialer Wert 4. Rolle der Kulturpolitik 5. Arts Management 6. Nachhaltige Arts Organisationen.

Fachgebiet	Arts and Culture	MAD 4.
Modul	Value Formation in Art & Design	MAD 4.6

Verantwortliche/r	Prof. Britta Wiemer		
Häufigkeit	einmal im akademischen Jahr		
Verwendbarkeit	Nur in diesem Studiengang.		
ECTS-Punkte	5		
ECTS Stunden	130		
Gesamtworkload (UE)	173		
Lehrzeit (UE)	42	e.g. 7 Tage á 6 Unterrichtsstunden	
Lernzeit (UE)	131		
Studienprogramm	90 ECTS		
Semester	2		
Typ	Wahlpflichtfach für Spezialisierung		
Voraussetzungen	keine		
Lehr- und Lernform	Blended		
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten			
Prüfungsform	Klausur		
Prüfungsleistung	Differenziert		

Lernergebnisse und Kompetenzen	Dieses Modul gibt den Studierenden die Möglichkeit, kritische Einsichten zu entwickeln, indem sie die Rolle von Wert in Kunst und Design in der Gesellschaft analysieren, indem sie die Wechselwirkungen zwischen Kunstmarkt, Design und Kulturwirtschaft analysieren. Die Studierenden kennen ▪ unterschiedliche Theorien und Definitionen zu ökonomischen, ethischen und sozialen Werten & Wertesystemen
--------------------------------	--

	▪ verschiedene quantitative und qualitative Methoden der Wertermittlung und auch deren Grenzen. ▪ ökonomische und nicht-ökonomische Werte (ästhetische, spirituelle, soziale, historische & symbolische Werte) im Bereich Kunst, Design & Kultur. ▪ den Unterschied zwischen Wertschöpfung und Wertebildung. Sie kennen Instrumente und Prozesse zur Wertschöpfung und Wertebildung. ▪ multikulturelle Verbraucheridentitäten, Kategorie-codes und kulturelle Trends. Die Studierenden wissen, was unter Wertepluralismus verstanden wird. Die Studierenden können, ▪ anhand von Beispielen aus dem Bereich Arts & Design erläutern, wie Wertepluralismus entsteht und wie er sich manifestiert. ▪ anhand gängiger Methoden unterschiedliche Werte in Arts, Design & Culture identifizieren und messbar machen. ▪ die Auswirkungen des Wertepluralismus auf die Politikgestaltung verdeutlichen und daraus Strategien ableiten. ▪ Erfolgskriterien bei der Wertschöpfung und Wertebildung verschiedener ökonomischer und nicht-ökonomischer Werte ermitteln und analysieren. Die Studierenden sind in der Lage, ▪ wertschöpfende und wertebildende Prozesse zu beschreiben und anhand von Kriterien zu beurteilen. ▪ semiotische Werte von Waren zu erkennen und zu beurteilen. ▪ mit kulturellen Codes umzugehen, die den Wert in einem Markt oder Verbrauchersegment definieren. ▪ Methoden anzuwenden, um den semiotischen Wert von Waren zu nutzen.
Inhalte	1. Werte in Wirtschaft, Ethik und Sozialwissenschaften 2. Wert in Kunst, Design und Kultur 3. Wertepluralismus 4. Werte schaffen 5. Einflüsse auf die Wertwahrnehmung

5 DESIGN PROJECTS

Subject area	Design Projects	MAD 5.
Modul	Applied Design	MAD 5.1

Verantwortliche/r		
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr	
Verwendbarkeit	Master programmes	
ECTS-Punkte	10	
ECTS Stunden	260	
Gesamtworkload (UE)	347	
Lehrzeit (UE)	108	e.g. 18 Tage á 6 Unterrichtsstunden
Lernzeit (UE)	239	
Studienprogramm	120 ECTS	
Semester	1	
Typ	Pflichtfach	
Voraussetzungen	keine	
Lehr- und Lernform	Blended	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Praktisch (Umsetzung eines Entwurfsprojekts und Dokumentation)	
Prüfungsleistung	undifferenziert	

Lernergebnisse und Kompetenzen	Die Studierenden planen und setzen eine gestalterische Lösung für ein wahrgenommenes oder beispielhaftes Problem innerhalb ihres Tätigkeitsfeldes um. Sie demonstrieren fortgeschrittene Designprinzipien und -techniken, Management des Projekts und der damit verbundenen Risiken von der Konzeption bis zur Umsetzung, Bewertung, Begründung und Abschwächung der Entscheidungsfindung. Die Studierenden sind in der Lage, ▪ ein Entwurfskonzept, das ein aktuelles Industrie- oder Praxisthema adressiert, vorzuschlagen und zu planen. ▪ Projektspezifikationen kritisch zu analysieren, zu erweitern und zu verfeinern.
--------------------------------	--

	▪ Prozesse bei der Produktion eines kreativen Outputs auf eine definierte Art und Weise zu implementieren. ▪ Verwalten Sie Projektzeitpläne, -ziele und -meilensteine mithilfe einer agilen oder traditionellen Methodik zu verwalten ▪ einen Bericht zu erstellen, der Erfahrungen, Ergebnisse auf der Grundlage aktueller Forschungs- und Industriestandards dokumentiert.
Inhalte	1. Konzeptionelle Entwicklung eines Designs 2. Vorschlag Spezifikationen 3. Organisatorische Planung zur Erstellung der Designlösung 4. Umsetzung des Entwurfs oder des kreativen Outputs 5. Präsentation und reflektierende Praxis. 6. Professionelle Standards der Designindustrie 7. Agile Projektmanagement Methode 8. Angewandte Forschung

Fachgebiet	Design Projects	MAD 5.
Modul	Capstone	MAD 5.2

Verantwortliche/r		
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr	
Verwendbarkeit	In diesem Studiengang.	
ECTS-Punkte	10	
ECTS Stunden	390	
Gesamtworkload (UE)	347	
Lehrzeit (UE)	108	z.B. 18 Tage á 6 Unterrichtsstunden
Lernzeit (UE)	239	
Studienprogramm	90 ECTS	
Semester	2	
Typ	Pflichtfach	
Voraussetzungen	keine	
Lehr- und Lernform	Blended	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Praktisch: Entwurfsergebnis (50 % Gewichtung), Ergebnisbericht (25 % Gewichtung), Mündliche Präsentation (25 % Gewichtung)	
Prüfungsleistung	Differenziert (mindestens die Note 4,0)	

Lernergebnisse und Kompetenzen	Durchführung einer eingehenden Untersuchung in aufstrebenden Bereichen einer praktischen oder theoretischen Design-Spezialisierung, um die Aufrechterhaltung der Wahrung, der Kompetenz und des Know-hows zu gewährleisten. Die Studierenden sind in der Lage, ein kreatives Projekt zu erstellen und umzusetzen, das die Gestaltungsprinzipien, -methoden, -techniken und -werkzeuge, die für das jeweilige Thema von Interesse sind, beinhaltet.
--------------------------------	--

	▪ aktuelle und potenzielle Auswirkungen der Untersuchungsergebnisse auf das diversale, lokale und globale soziale, wirtschaftliche und kulturelle Umfeld zu reflektieren.
Inhalte	1. Werkzeuge, Techniken, Methoden und Ansätze zur Erstellung einer selbstmotivierten Designlösung. 2. Forschungsmethoden einschließlich der Auswirkungen rechtlicher, kultureller, ethischer und sozialer Praktiken. 3. Literaturrecherche. 4. Akademisches Schreiben. 5. Vorbereitung auf den mündlichen Vortrag.

6 MASTER'S QUALIFICATION

Fachgebiet	Master's Qualification	MAD 6.
Modul	Thesis and Colloquium	MAD 6.1

Verantwortliche/r		
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr	
Verwendbarkeit	Nur in diesem Studiengang	
ECTS-Punkte	25	
ECTS Stunden	390	
Gesamtworkload (UE)	875	
Lehrzeit (UE)	0	
Lernzeit (UE)	875	
Studienprogramm	60 ECTS	90 ECTS
Semester	2	3
Typ	Pflichtfach	
Voraussetzungen	MAD 1 General Studies MAD 2 Electives (90 ECTS Master) MAD 3 Technology and AI oder MAD 4 Arts and Culture MAD 5 Design Projects	
Lehr- und Lernform	Blended	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Schriftlich, praktisch, Kolloquium	
Prüfungsleistung	Differenziert (mindestens die Note 4,0)	

Lernergebnisse und Kompetenzen	Neben der wissenschaftlich-methodischen Konzeptualisierung der Arbeit reflektieren und verfeinern die Studierenden wissenschaftlich-strategische Positionen. Das mündliche Kolloquium orientiert sich in erster Linie an den Themenbereichen der Abschlussarbeit, einschließlich benachbarter und komplementärer Wissensgebiete. Damit beweisen
--------------------------------	---

	die Absolventinnen und Absolventen, dass sie den Themenbereich ihrer Abschlussarbeit professionell präsentieren und ihre Ergebnisse argumentativ begründen können. Die Studierenden sind in der Lage für die Masterarbeit ▪ die im Verlauf des Studiums erlernten Theorien, Modelle und Methoden auf eine konkrete innovative Fragestellung zu übertragen; ▪ über das gewählte Thema eigenständig, systematisch und kritisch zu reflektieren; ▪ die Ergebnisse der Recherche und die Hauptthesen der Arbeit in einer deutlichen und wissenschaftlich fundierten Sprache darzustellen; ▪ die notwendigen Korrektur- und Lektoratsarbeiten selbstständig durchzuführen. Die Studierenden können im Masterkolloquium ▪ die Ziele, Forschungsmethoden, Ergebnisse und Aufbau der Masterarbeit im Rahmen eines Vortrags vorstellen und begründen; ▪ die Mittel der Rhetorik sowie die Möglichkeiten einer PowerPoint - Präsentation optimal nutzen; ▪ auf die benachbarten und ergänzenden Wissensgebiete während der Diskussion eingehen und dabei die Querverbindungen ableiten; ▪ die Masterarbeit im Gesamtkontext der Forschung setzen; ▪ die Weiterentwicklungen des untersuchten Themas im Sinne des gedanklichen Ausblicks darstellen.
Inhalte	Dem Prüfungsausschuss wird eine kohärent strukturierte, eigenverantwortlich innerhalb des vorgegebenen Zeitrahmens verfasste Masterarbeit vorgelegt, in der das Verfahren und die Ergebnisse logisch strukturiert, wissenschaftlich aufbereitet und verständlich dargestellt werden. Das Kolloquium bietet die Möglichkeit, das Thema der Dissertation auch im Kontext benachbarter Forschungsbereiche zu reflektieren.
Literaturempfehlungen	Die Literatur richtet sich nach dem Thema der Masterarbeit.